

Шуліченко Т. С.

Український державний університет науки і технологій

Мірошніченко І. Г.

Український державний університет науки і технологій

МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ПЕРСОНАЖА ЯК ОДИН ІЗ ОСНОВНИХ КОНСТРУКТІВ БЕСТСЕЛЕРА (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРІВ В. ШКЛЯРА)

Статтю присвячено дослідженню мовної особистості персонажа художнього твору, бестселера, крізь призму антропоцентричної парадигми лінгвістичних досліджень, які відображають нові підходи до аналізу художнього тексту та передумов його популяризації серед українських читачів. Текст розглянуто як акт комунікації між автором, читачем і персонажем, де кожен має однакову цінність, а отже, потребує ретельного дослідження. Акцентовано, що у такій комунікації надважливу роль відіграє її динамічність, безперервність, оскільки художній твір наразі має витримувати конкуренцію із продуктами телебачення та соціальними мережами. Це змушує авторів мінімізувати усе, що сповільнює сюжет. Розкриття його нерідко відбувається через мовлення персонажа, а саме його монологічні та діалогічні висловлювання, внутрішнє мовлення. Унаслідок цього мовну особистість персонажа розглянуто як актуальний об'єкт дослідження для сучасних лінгвістичних студій, оскільки саме вона є одним із значущих чинників перетворення художнього тексту на бестселер. Серед українських сучасних авторів це, на нашу думку, найкраще репрезентовано у творах В. Шкляра, оскільки у його романах мовній особистості персонажа приділено значну увагу, що й уможливило їхнє перетворення на бестселери, забезпечило високі тиражі. На основі наукових розвідок вітчизняних лінгвістів було доведено, що спочатку їхня увага було прикута до автора того чи того твору. Досліджуючи ідіостиль українських митців, їхнє світосприйняття, відтворення авторської картини світу, науковці реконструювали мовні особистості письменників, що слугувало кращому розумінню їхньої творчості, пояснювало вплив на читача. Було зауважено, що персонаж художнього тексту у вітчизняному мовознавстві хоч і став центром дослідження дещо пізніше, але наразі виявився не менш затребуваним за автора. Вважаємо цей напрямок досліджень актуальним і потрібним для розуміння механізмів популяризації того чи того твору, або ж навпаки несприйняття його читачами. Сьогодні автори взоровані на читача, намагаються максимально задовольнити його інтереси, що не видається можливим без докладно розробленої мовної особистості персонажа, який був би цікавим для читача, близьким йому за світосприйняттям, мовною поведінкою, давав би можливість ототожнити себе з героєм того чи того твору.

Ключові слова: мовна особистість, персонаж, автор, художній текст, бестселер.

Постановка проблеми. Актуальний сьогодні антропоцентричний ракурс лінгвістичних досліджень дав поштовх до ширшого вивчення художнього тексту, що важливо для аналізу мовної особистості персонажа, адже дає можливість дослідити її на зафіксованому матеріалі, визначити її роль у створенні популярного художнього твору, бестселера. Зокрема досліджувана мовна особистість персонажа дає змогу зрозуміти популярність й унікальність творчого доробку «батька українського бестселера» Василя Шкляра, є одним з тих чинників, який умотивовує цей статус для його художніх творів. Попри велику популярність творчого доробку цього автора мовна особистість

його персонажів не досліджувалася науковцями, що зумовлює актуальність нашої наукової розвідки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До проблеми мовної особистості персонажа, а також унікальності творчості В. Шкляра зверталися такі українські лінгвісти як В. Корольова, В. Ніцполь, І. Попова, Ю. Руснак, О. Сахарова, Л. Томіленко, тощо. Однак дослідження мовної особистості персонажа художнього твору як значущого текстового елемента для перетворення його на бестселер в українському мовознавстві не проводилося.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз ролі мовної особистості персонажа у пере-

творенні того чи того твору на бестселер на прикладі творів В. Шкляра на національно-патріотичну тематику. Досягнення поставленої мети вимагає виконання наступних завдань: 1) розглянути нові підходи до вивчення тексту; 2) дослідити роль мовної особистості персонажа у створенні бестселера; 3) проаналізувати особливості конструювання мовної особистості персонажа у творах В. Шкляра на національно-патріотичну тематику.

Об'єктом дослідження нашої наукової розвідки є мовна особистість персонажів у творах В. Шкляра «Чорний Ворон», «Маруся», «Характерник» і «Чорне Сонце» Предметом дослідження є особливості конструювання та актуалізації мовної особистості персонажа у зазначених творах В. Шкляра.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні усебічне студіювання художнього тексту в різних галузях лінгвоукраїністики вважаємо одним із найважливіших питань сучасної науки. Зауважимо, що у мовознавстві останніх десятиліть актуальним постає поняття мовно-персонажної особистості художнього твору, що є ключовим у запропонованій науковій розвідці. Українські мовознавці зробили вагомий внесок у дослідження цього поняття, 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).

Оскільки ми досліджуємо художній текст і механізми його перетворення на бестселер, то вважаємо за потрібне зацентрувати на таких основних його характеристиках 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 [16, с. 186].

Наразі лінгвісти тлумачать текст по-різному. Наприклад, І. Попова вважає, що текст – це «певне предикативне синтаксичне утворення, яке складається зі слова або синтаксично зв'язаної групи слів і виконує комунікативну функцію» [9, 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 [1, с. 67]. 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; уможливорює комунікацію та здатність людей до взаєморозуміння» [9, с. 84]. Проаналізувавши популярні сучасні літературні твори, пропонуємо потрактовувати художній текст, в якому присутні мовна особистість автора і персонажа, 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. Такий підхід вможливорює відокремлення мовної особистості персонажа від мовної особистості її творця, автора, оскільки лексична система персонажа може мати значні відмінності від авторської, що особливо актуально для історичних творів, де персонаж постає представником певного історичного проміжку часу і відповідної лексики; 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 у творі. У цьому питанні також слушною видається думка В. Ницполь про те, що, оскільки в сучасному мовознавстві художній текст тракту-

ють як частину соціального й психологічно простору суспільства та альтернативний світ, який будують аналогічно до реального, то й персонаж, який живе та спілкується у цьому світі, відповідно виявляє свій характер у мові, чим підтверджує зможу застосування теорії мовної особистості до його вивчення [6, с. 91]. Поняття мовної особистості персонажа пропонуємо розуміти як зафіксоване у тексті 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.

Зауважимо, що комунікація автора із читачем, реалізована через тексти, має такі ж компоненти – адресанта й адресата. Читаючи той чи той текст, читач перебуваючи у своєму реальному часі та оточенні, не тільки занурюється в написане, а й піддається емоціям від прочитаного, відбувається його інтерпретація твору, власний читацький дискурс. Переконані, що написання якісного художнього твору вимагає від письменника не лише досконалого володіння мовою, а й уміння правильно дібрати найкращі мовні засоби для реалізації свого творчого потенціалу. 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 його зацікавленість, сприйняття написаного і є стимулом для написання того чи того твору. Саме за таким алгоритмом працює сучасний український письменник В. Шкляр. Його динамічні твори з яскравими персонажами користуються великою популярністю, а сам письменник орієнтований на читача, що підкреслює у своїх 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» [7, с. 43]. Унаслідок такої стратегії книги В. Шкляра отримали не лише визнання серед найрізноманітніших поціновувачів літератури, а й великі тиражі, які дали змогу назвати його «батьком українського бестселера» у вітчизняних студіях. Зауважимо, що потрактування терміна «бестселер» викликає жваві дискусії серед критиків і літературних діячів, 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 чин-

никами і є наслідком зазвичай неочікуваного збігу запиту публіки і пропозиції» [3, 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» [2]. Як бачимо, в основу поняття бестселера переважно закладають кількісний показник – наклад, який розкупили читачі. Детальніше визначення пропонує В. Панченко, потрактовуючи бестселер як «результат поєднання кількох чинників: літературних достоїнств твору; урахування психології й смаків масового читача; промоції, «проштовхування» твору» [7, с. 41]. Уважаємо таке визначення досить вдалим для творів В. Шкляра, оскільки поряд з опрацюванням історичних фактів, наданням національного колориту викладеному, актуалізації кожного персонажа, цей письменник активно презентує свої нові книги, ураховуючи запит читача на спілкування з автором, пояснення з перших уст специфіки того чи того твору, що сприяє великим тиражам. Окрім цього вважаємо детальне розроблення мовної особистості персонажа основою для створення сучасного бестселера, який пропонуємо трактувати як художній текст, у якому мовні особистості автора й персонажа є світоглядно близькими читачеві, що вможливує успішність їхньої комунікації, робить динамічнішим сюжет, у такий спосіб сприяючи популяризації твору. Зауважимо, що кожна країна оперує власною кількістю продажних примірників для того, аби той чи той твір вважався 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» [7, с. 42]. Отже, є різні критерії для визначення певного видання як бестселера, що залежить від національних особливостей кожної країни, специфіки уподобань її читачів.

Статус «батька українського бестселера», як відомо, В. Шкляру принесли його романи на національно-патріотичну тематику. Саме тому в цій науковій розвідці проаналізовано мовні особистості персонажів у творах «Чорний Ворон», «Маруся», «Характерник», «Чорне Сонце». У цих бестселерах 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 їх у національно марковану колективну мовну особистість. Під цим поняттям розуміємо 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 [4, с. 27]. У той же час дослідниця І. Морякіна пропонує наступне визначення колективної мовної особистості (на матеріалі англійської мови), яке також видається актуальним: складна ієрархічно організована система національно-культурних, соціокультурних та індивідуальних особливостей когнітивної та комунікативної діяльності носіїв англійської мови, відбитих у їхній мовленнєвій поведінці [5, с. 17].

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 її дослідженні розглянуто «структурні, онтологічні та просторові концептуальні метафори з метою збагнути світогляд персонажа серійного вбивці та зрозуміти його оцінку навколишнього середовища» [6, с. 6].

Мовлення персонажів української сучасної драми як колективної мовної особистості вивчає О. Сахарова. Зокрема, вона досліджує нестандартні, індивідуальні картини світу персонажів, що вможлиблює їхню інтерпретацію як креативних, ігрових мовних особистостей. У мові це відбито в мовній грі, жартах, прийомах комічного тощо [10].

На нашу думку, В. Шкляр є неперевершеним майстром колективної мовної особистості персонажів, оскільки у кожному його романі їх багато, але кожен із них є індивідуалізованим тим чи тим мовним засобом. Наприклад, герої бестселерів В. Шкляра активно використовують прізвиська. Так 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 маскування. Це доводять такі

рядки з цього бестселера: «І ще одну пораду дав Гризло: якщо Чорновус ступив на повстанську стежку, то мусить узяти нове ім'я, інакше москалі помстяться його родині» [14, с. 33], і далі читаємо у цьому ж творі: «Чорновус поглянув у синє-синюше небо. І побачив на вершечку граба великого хижого птаха, такого чорного, аж синій відлиск пробігав по ньому. – Чорний Ворон, – сказав він. – Як почуєш, батьку, щось про Чорного Ворона – то буду я» [14, с. 33]. У творах «Характерник», «Чорний Ворон» і «Маруся» для прізвиськ персонажі обирають національно марковану лексику з експресивним забарвленням та прагматичною настановою. Персонажі ж бестселера «Чорне Сонце» у власному прізвиську нерідко вшановують інших національних героїв, але водночас використовують для його створення іншомовні слова, терміни, поняття тощо. Через це не ідентифікуємо національність за прізвиськом і лише за сюжетом розуміємо етнічну належність героїв. У цьому зізнається головний герой цього твору Маляр: «...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...» [13, с. 5].

Прізвиська вважаємо найпомітнішим національним маркером у бестселерах Василя 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. Це протиставляє їх читачу і водночас зближує його з представниками українського етносу, слугує певним кодом для комунікації.

Персонажі в аналізованих бестселерах нерідко користуються звертаннями. Проаналізувавши їхнє вживання, бачимо, 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, а також зневаги, ненависті до ворогів. Відповідно до цього виокремлюємо звертання з позитивною та негативною конотацією, де особливу увагу приділяємо таким звертанням як «батьку» і «брате», оскільки саме вони, на нашу думку, найяскравіше відображають соціальний устрій, у якому живуть персонажі. Усім їм (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 угруповання 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. Наприклад: «Наших голів багато, а твоя, батьку, одна розумніша! – знов гуртом в один голос проказали «полковники» [11, с. 45]. А в бестселерах «Чорне Сонце» і «Чорний Ворон» фіксуємо: «Здається, брате, і тут правда за Гамалієм: ми з тобою одвикли від розумних наказів з-за кордону, так само, як розучилися комусь підлягати» [14, с. 167]. А в творі «Чорне Сонце» головний герой Маляр говорить молодшому побратиму: «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» [13, с. 11].

На нашу думку, звертання у творах В. Шкляра відповідають традиціям і світогляду як персонажів, так і читачів, а також виконують оцінно-характеризувальну функцію, маркуючи персонажів як єдиний народ з багатовіковою культурою та мовою.

Ментальність українців у бестселерах Василя Шкляра відтворено й у фразеологічних одиницях. Саме вживання фразеологізмів протиставляє українських воїнів ворогам, мовлення яких значно бідніше. Фразеологізми також слугують для ідентифікації читача з представниками української спільноти. У нашому дослідженні 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 вужчому розумінні, так і поколінь українців у ширшому. Завдяки їхньому еліптичному потенціалу зображено небагатослівність українських воїнів та їхнє вміння влучно надати характеристику, швидко оцінити ситуацію. Наприклад, кошовий І. Сірко так звертається до послів: «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?» [12, с. 57]. Чорний Ворон у одноіменному романі так характеризує ситуацію, яка склалася: «У тій суперечці побили горшки Гупало і Завгородній: Денис казав, що треба тимчасово

зачаїтися і не чіпати червоних, аби не підставляти селян під розправу, а Ларіон, навпаки, вважав, що саме настала пора духопелити продзагони та іншу червону сволоту» [14, с. 198].

Народний український гумор також представлений у досліджуваних бестселерах Василя Шкляра, увиразнюючи персонажів як національно марковану колективну мовну особистість з особливим світосприйняттям, умінням сміятися і жартувати на тлі трагічних подій, тому гумор не лише маркує персонажів як сильних особистостей, а й слугує для зняття напруги із читача. 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). 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, гіперболу, синекдоху тощо. Наприклад:

– 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 [14, с. 197].

Цікавий приклад синекдоху фіксуємо в розмові І. Сірка з молодим козаком-характерником:

– Ти відрубав його катові голову?

– Не пальця ж, – сказав Кирик, – Відрубав так, щоб її не впізнали [12, с. 298].

Переносне значення слів заради жарту використовує Маляр із повісті «Чорне Сонце»:

– Як ти?

– Добре, – сказав я. – Вибач, що довго не дзвонив. Був на дискотеці [13, с. 45].

Висновки. Отже, вдало комунікацію між автором, персонажем і читачем розглядаємо як 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 популярними: 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. Дослідивши персонажі творів В. Шкляра, також висновковуємо, що вони нетипові для української літератури, оскільки вся інформація про них міститься у їхньому мовленні, комунікації, а це зближує їх з читачем і формує діалог, без якого вважаємо неможливим створення бестселера. Перспективи подальших досліджень убачаємо в порівняльному аналізі мовних особистостей персонажів у романах Василя Шкляра «Харак-

терник», «Маруся», «Чорний Ворон» і «Чорне Сонце» з колективними мовними особистостями героїв інших художніх творів цього автора, що допоможе ширше проаналізувати його творчий доробок. Доцільним вважаємо також вивчення мовних особистостей персонажів українських бестселерів інших письменників для кращого розуміння етнокультурних, гендерних та комунікативних особливостей популярного художнього тексту.

Список літератури:

1. 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.
2. Кокотюха А. Що таке «український бестселер»? Буквоїд. URL: <http://bukvoid.com.ua/column/2010/08/25/082719.html> (дата звернення: 05.11.2019).
3. Лозинський А. Бренд автора в епоху цифрових комунікаційних технологій. Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства. 2016. Вип. 6. С. 267–276.
4. Мацько Л. Українська мова в освітньому просторі. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. 607 с.
5. 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.
6. 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.
7. Панченко В., Даниленко В., Шкляр В., Яровий О., Сивокінь Г. Що таке український бестселер? Слово і час. 2003. № 2. С. 41–44.
8. 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.
9. Руснак Ю. Когнітивно-прагматична концепція художнього дискурсу. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. 2020. Вип. 87. С. 83–89.
10. 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.
11. Шкляр В. М. Маруся: роман. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2014. 315 с.
12. Шкляр В. М. Характерник: роман. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2019. 300 с.
13. Шкляр В. М. Чорне Сонце: збірка. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2015. 298 с.
14. Шкляр В. М. Чорний Ворон. Залишенець: роман. Харків: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2014. 427 с.
15. Renkema J. Discourse Studies. Amsterdam, Philadelphia : John Benjumin's Publishing Company, 1993. 224 p.

Shulichenko T. S., Miroshnychenko I. H. CHARACTER'S LINGUISTIC PERSONALITY AS ONE OF THE MAIN CONSTRUCTS OF A BESTSELLER (based on the works of V. Shkliar)

The article is devoted to the study of the linguistic personality of a character in a literary work, a bestseller through the prism of the anthropocentric paradigm in linguistic research, which reflects new approaches to the analysis of literary text and the preconditions for its popularization among Ukrainian readers. The text is considered as an act of communication among the author, the reader, and the character, each of them has equal value and therefore requires meticulous research. It is emphasized that in such communication its dynamism and continuity play a crucial role, since a literary work must nowadays withstand competition with television production and social networks. It forces authors to minimize everything that slows down the plot. Its development is often revealed through the character's speech, specifically, through monologic and dialogic utterances as well as interior monologue. Consequently, the linguistic personality of the character is regarded as a topical object of study for contemporary linguistic research, since it is one of the significant factors in transforming a literary text into a bestseller. We are convinced that among modern Ukrainian authors this is

best exemplified in the works of V. Shkliar, because in his novels considerable attention is paid to the linguistic personality of the characters, which made their transformation into bestsellers possible and ensured high print runs. On the base of the analysis of the linguistic research by domestic linguists it was proved that their initial focus was on the author. By studying the idiolects of Ukrainian artists, their worldviews, their evocation of an authorial picture of the world, linguists in one way or another reconstructed the linguistic personalities of writers, which contributed to a better understanding of their creativity and explained their impact on the reader. It is noted that although the character of a literary text became the center of research in Ukrainian linguistics later, it has now proven to be no less in demand than the author. We consider this field of research to be both relevant and necessary for understanding the mechanisms behind the popularization of this or that literary work or, conversely, its rejection by readers. Today, authors are oriented toward the reader and strive to satisfy their interests that seems unattainable without a deeply developed linguistic personality of the character, one that would be engaging for the readers, close to them in worldview and linguistic behavior, and would allow them to identify themselves with the hero of a particular literary work.

Key words: *linguistic personality, character, author, literary work, idiolect, bestseller.*