

Олена Свінціцька
(Житомир)

УДК 81:111.852:007:070.1

ЕКСПРЕСИВНО-КОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО МАС-МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ В КОНТЕКСТІ ЕСТЕТОЛІНГВІСТИКИ Б. КРОЧЕ

У статті на основі використання ідей естетолінгвістики Б. Кроче проаналізовано "експресиви" у мові ЗМІ, способи їх створення через інтуїтивне пізнання дійсності. Встановлено, що експресивний характер заміток сучасного українського мас-медійного дискурсу забезпечується використанням в заголовках граматичних систем, побудованих на основі "вільного" синтаксису – інверсія, неповні речення, парцеляція, обрвані синтаксичні конструкції тощо. Такі граматичні системи або експресиви є результатом індивідуальної творчості або індивідуального "художнього мислення" та інтуїції. Встановлено, що експресиви виступають підґрунтям утворення експресивно-комунікативного комплексу будь-якого сучасного мас-медійного повідомлення. Його можна представити схемою: експресиви – мас-медійний експресивний комплекс – експресивно-діяльнісний стимул комунікації. Відтак до наукового обігу запропоновано ввести такі поняття як: мас-медійний експресивний комплекс та експресивно-діяльнісний стимул комунікації.

Ключові слова: естетолінгвістика, експресиви, мас-медійний експресивний комплекс, експресивно-діяльнісний стимул комунікації, експресивно-комунікативний комплекс сучасного мас-медійного повідомлення.

Постановка проблеми. ХХІ століття поставило суспільство перед незаперечним фактом – найадекватніше осягнення дійсності "відкрите" не природничим та точним наукам чи традиційній філософії, а "спонтанній думці" (В. Ярошовець), інтуїтивному "художньому мисленню" з його асоціативною образністю, метафоричністю та миттєвим прозрінням – інсайту. (І саме названі риси характерні для багатьох сучасних журналістських текстів). За таких умов варто, на нашу думку, погодитися з міркуваннями В. Москалюк про те, що сьогодні домінуючим видом людини є "інтуїтивна людина", яка, прагнучи до трансцендентних сфер буття, з допомогою мови намагається взяти своєрідний реванш у "людини розумної". Звідси актуальності набуває дослідження особливостей експресивно-комунікативної специфіки українського мас-медійного дискурсу із урахуванням напрацювань італійського мислителя Б. Кроче, адже особливістю останніх є опертя на ідею "мови як мистецтва експресії" (естетолінгвістики), у якій провідна роль належить саме "поетичному" чи художньому мисленню, інтуїтивному пізнанню.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам окремих аспектів мови ЗМІ присвячена низка праць та публікацій. Зокрема таких вчених та дослідників, як І. Борнякова, К. Городенська, В. Горпинич, А. Грищенко, Ю. Денисова, М. Дорофєєва, Л. Дядечко, І. Завальнюк, Л. Кравець, Л. Кудрявцева, О. Кульбабська, А. Москаленко, М. Навальна, І. Остафійчук, О. Пономарів, О. Сербенська, О. Тараненко, І. Філатенко, І. Шашкін та ін. Проте ні у вітчизняній, ні у зарубіжній лінгвістиці ще не було розвідок особливостей мови ЗМІ у контексті естетолінгвістики Б. Кроче.

Мета цієї статті – дослідити експресивно-комунікативні особливості сучасного мас-медійного дискурсу України із застосуванням методологічного підходу Б. Кроче про необхідність розгляду будь-якого тексту у комунікативному акті з естетолінгвістичних позицій.

Окреслена мета зумовлює необхідність розв'язання таких завдань: 1) означити естетолінгвістичні ідеї Б. Кроче та їх значущість при аналізі особливостей процесу індивідуальної творчості журналіста; 2) визначити видання та жанр, на основі якого буде здійснюватись дослідження; 3) зафіксувати і проаналізувати експресивно-комунікативні особливості сучасних мас-медійних текстів, в тому числі українських видань.

Виклад основного матеріалу. У концепції "мови як мистецтва експресії" Б. Кроче естетичний компонент постає наріжним. Це пояснюється тим, що з його допомогою можна виявити вплив індивідуальної творчості особистості на розвиток мови як "вмістилище смислів" (М. Гайдеггер), представити процес розвитку мови як індивідуальний творчий акт і, зрештою, розглянути лінгвістично-філософські питання у полі компетенції естетики, або ж до естетичних

аспектів мови і комунікації. Іншими словами, звернення до проблематики естетолінгвістики дає змогу поглибити уявлення про особливості процесу індивідуальної творчості журналіста.

Зауважимо, в італійського мислителя єдиною мовною реальністю виступає речення, і під ним Б. Кроче розумів "... неподільне, індивідуальне ціле, щоразу новий і безперервно змінний виразний організм завершеного смислу [1, с. 164]". Загальновідомо, що речення виступає структурною одиницею тексту, зокрема й мас-медійного. Останній, на нашу думку, є одним із різновидів "мистецтва експресії", оскільки він створений "генієм" мови – журналістом (рекламістом тощо), та є результатом індивідуальної творчості, відтак, й інтуїтивного пізнання журналістом дійсності, що передувало створенню журналістського тексту. Так, при створенні певного тексту газетяр, крім фактичних даних, у своїй творчості для кращого сприйняття реципієнтом повідомлюваної інформації, як матеріал, використовує наявні у його досвіді враження, особистісно значущу естетичну інформацію (вони відносяться зокрема й до сфери мови, що завжди репрезентує внутрішній досвід людини). Зазначимо також, що у цьому контексті актуальності набуває й ідея С. Уланової про творчу діяльність як естетичний індивідуалізм [4]. Погоджуючись із українським естетиком, вкажемо, що останній проявляється у пошуках митцем суб'єктивних асоціацій, на які налаштує демонстративний антитрадиціоналізм засобів конструювання форми подання інформації. (Зауважимо, що під формою ми розуміємо експресивно-смислову цілісність вербального чи візуального повідомлення – те, що пропонується органам чуття реципієнта). Звідси цілком доречним, на наш погляд, є аналіз мас-медійного тексту саме на основі естетолінгвістичних напрацювань Б. Кроче, здійснених ще на початку ХХ століття, коли журналістика розпочала набувати значної ролі у соціумі. Зокрема йдеться про застосування напрацьованого ним методологічного підходу про необхідність розгляду будь-якого тексту у комунікативному акті з естетолінгвістичних позицій.

Наразі ним виголошувалось: кожний текст має одночасно вербально-комунікативну інформаційну складову та естетично насичену експресивно-комунікативну складову (остання залежить від естетичного досвіду як комунікатора, так і реципієнта). Тому й має незгасаючу цінність його концепція "лінгвістики як естетики" або, точніше, "естетики як загальної лінгвістики та мистецтва експресії". Відтак, потребує осмислення і розвитку його ідея ототожнення слова та його інтуїтивно уловлених прямих значень, підтексту й контексту, аналіз слова як естетичного феномену на основі "вираження", оскільки, за Кроче, воно є фактом естетичної природи і предметом естетики або загальної лінгвістики.

Зважаючи на вище сказане, будь-який мас-медійний текст, який складається з окремих слів, а, отже, утворює певне експресивно-комунікативне полотно (повідомлення чи текст), можна розглядати як своєрідний наповнений естетичною інформацією твір, тобто містить неактуалізовану інформацію естетичного плану.

Остання у застосуванні до одного із мас-медійних інформаційних жанрів – замітки, – за своїми характеристиками та специфікою є невимовною, персоніфікованою, не експлікованою, неартикульованою вербально або ж фоною і надає комунікативному процесові певні експресивні характеристики. Вони завжди несуть додаткову інформацію як про саму подію, яка лежить в основі повідомлення, так і про особистість журналіста як творця чи "генія" мови цього повідомлення. Подібна додаткова інформація, на думку О. Поліщук, синкретично поєднана з вербальним субстратом повідомлення: постійно його супроводить, але виступає, переважно, неочевидною для учасників комунікативної взаємодії та властива для будь-яких видів діяльності [2].

З метою підтвердження плідності думок Б. Кроче, розглянемо особливості зазначених вище синтаксичних конструкцій у текстах заміток на прикладі популярного всеукраїнського видання – газети «Експрес». Зауважимо також, що нагальність такого аналізу посилюється й тенденцією до розмивання жанрових меж у журналістиці, що зумовлена проявами індивідуально-інтуїтивного начала у текстах; домінування у системі ЗМІ лаконічних коротких і простих інформаційних жанрів, які дедалі частіше відзначаються помітною експресивністю. Тому стверджуємо, що замітка як різновид "мистецтва експресії", створений "генієм" мови, відображає особливості індивідуального інтуїтивного пізнання дійсності особистістю. Виражаючи засобами мови певні думки, вона завжди несе певний експресивний інформаційний комплекс як деяку естетичну інформацію, актуальну в комунікативному плані. Остання залежить

вiд того, яким матерiалом (синтаксичними конструкцiями) користується "генiй" мови – журналіст як творець тексту.

Найперше, це *iнверсiя*, тобто "... порушення чи змiна звичного, прямого порядку слiв для посилення виразностi [5, с. 190]". Крім того, журналіст, порушуючи (свiдомо чи несвiдомо) об'єктивно-комунікативний (звичайний, природний) порядок слiв у реченнi, мiняючи мiсцями тему i рему, групу детермінанта i предикативну групу, групу пiдмета i присудка, "... суб'єктивно переiнакшує стилістично нейтральний ритміко-інтонаційний малюнок фрази, надає певним синтаксичним одиницям емфатичного забарвлення, збiльшує їх смислове навантаження, i таким чином досягає бажаного емоційно-експресивного ефекту [5, с. 177]". Наприклад, *"Загалом потерпили 19 осiб"*; *"Заарештувати його прибуло близько 100 полiцейських"*. На думку ж С. Єрмоленко, iнверсiя виконує передусiм афективну функцiю [3], тобто спричиняє емоційний вплив на реципієнта.

Вкажемо, що iснує, на наш погляд, декiлька прийомiв посилення експресивних характеристик тексту, наприклад, зi стилістичних потреб видiлення й увиразнення присудка чи головного члена, вираженого присудком, журналісти переміщують його на початок речення для певного змістового акценту: *"Жертвою двох шахрайок стала дев'ятирiчна мешканка Тернопiлля"*; *"Обпалило юному експериментатору i слизову оболонку ока"*. Як бачимо, така позицiя присудка виражає логiчну пiдкресленiсть i впливає на виникнення в реченнi рiзних вiдтiнкiв – емоційного акценту i змiсту висловлювання. Варто зазначити, що iнверсiя узгоджених означень створює подекуди пiднесено-урочистий стиль висловлення (варто зауважити, що такi конструкцiї позначенi бiльшою маркованiстю у називних реченнях-заголовках): *"Краса вогню"*; *"Цiна реклами"*, а неузгоджених – привертає бiльше уваги до сутi означення: *"Бандерiвцi на мотоциклах"*; *"Супутник проти хабарiв"*.

Крім того, з вiдомих видiв (контекстно-, ситуативно-неповнi, еліптичнi неповнi, видiльнi неповнi, обiрванi неповнi) у досліджуваних матерiалах представленi й *елiптичнi неповнi речення* – такi побудови, в яких звично пропускається дiєслiвний присудок або головний член одночленного речення, бо їх значення цiлком зрозумiле завдяки iншим членам цього самого речення. Змiст пропущеного члена сприймається пересiчною людиною без допомоги аналізу тексту й обставин мовлення, причому змiст ширший, нiж значення одного дiєслова, наразi змiст – з вiдтiнками кiлькох дiєслiв. Це й надає образностi й наснаги реченневим конструкцiям, як-то: *"До Борисполя – поїздом"*. Пропуск дiєслова (на мiсцi пропуску стоїть тире) "... дозволяє виразити найважливіше, нове в поданiй iнформацiї, причину дiй, спосiб дiї [3, с. 207]". Цi синтаксичнi конструкцiї мiстять необхідний структурний мiнiмум, пiдпорядкований компонент (компоненти) дiєслiв, що виражають просторовi, об'єктнi i об'єктно-цiльовi вiдношення. Варто зауважити, що залежнi вiд вiдсутнього дiєслова форми, "вiдiрванi" вiд пiдмета роздiловим знаком (тире), виконують функцiю реми (нового) у повiдомленнi. Як бачимо з наведених прикладiв, перша частина заголовка є темою повiдомлення, а друга частина (пiсля тире) повiдомляє дещо нове про неї. Побудову, структуру таких речень (заголовка) можна зрозумiти наразi, тiльки прочитавши замітку. Звiдси можна зробити висновок, як видається, що такi речення у замітках виконують не стiльки номiнатиивно-iнформативну, а рекламно-експресивну функцiї (спираючись на естетичну iнформацiю, що є джерелом людської експресії).

Серед експресивних засобiв, уживаних у тексті заміток, значне мiсце посiдає *парцеляцiя* – "... спосiб мовленнєвого оформлення єдиної синтаксичної одиницi – речення кiлькама комунікативними одиницями – фразами [3, с. 426]". Щодо функцiональних особливостей цього явища акцентується, що воно дає змогу, видiляючи певну частину речення у вiдносно самостiйну комунікативну одиницю, пiдкреслювати її змiстову значущiсть, активiзувати й посилювати її iнформативну мiсткiсть, експресивну виразнiсть, а також розвантажувати смислову i граматичну структуру вихiдного речення. У досліджуваних мас-медiйних текстах виявлено й одиничний випадок парцелювання другорядних поширювачiв обставинного типу (часу): *"Кличко вибув. I надовго..."*. Як бачимо, парцельована (актуалiзована) частина заголовної конструкцiї у наведеному прикладі зберiгає певний натяк на зв'язок з основною частиною повiдомлення. У ролі показника фразового членування, сигналу парцеляцiї наразi виступає сполучник "i", на початку конструкцiї він означає, що заголовок (незважаючи на вiдносну граматичну

незалежність) є ланкою загальної стрічки повідомлення. Також він є додатковим судженням, що уточнює певний факт, явище, яке ще невідоме адресату. Тобто, парцеляція виконує, на наш погляд, кілька функцій: описову, при якій здійснюється художньо-образна конкретизація зображуваного; емотивну, в її емоційно-оцінному варіанті, при якому парцелят акцентує увагу на негативній оцінці повідомлення; і функцію повідомлення (сміслоутворюючу), яка виражена шляхом поділу висловлення на змістові частини для актуалізації окремих смислових центрів: основну думку, денотативне значення, виражає базове речення, а вторинне, сигніфікативне значення доповнення (у наведеному прикладі – на часі вибуття зі спортивного життя) виражає парцелят.

Доволі часто у досліджуваному матеріалі репрезентовані приєднувальні конструкції, які реалізують один із типів логіко-граматичних, смислових відношень: додавання, уточнення попереднього компонента: *"Першим з 26 травня перестав приймати породіль Центр матері і дитини. Його закриють на місяць. Стільки ж часу почергово не працюватимуть усі пологові будинки міста"*. Ці конструкції позбавлені структурної залежності від семантично головного базового речення і відзначаються почасовістю, тобто виникають пізніше, як додаткова інформація до уже повідомленого. Варто відзначити, що приєднання збільшує емфазу викладу, підсилює інформаційний та емоційно-негативний план оповіді.

Також дїбраний ілюстративний матеріал засвідчив, що *експресивні заголовки* можуть бути побудовані: за зразком простого поширеного односкладного номінативного речення (продуктивність таких заголовків пояснюється їх потенційною можливістю бути емоційно-виразними й оцінними засобами; варто зауважити, що в таких реченнях оцінка дається як через означення до іменника, основного слова конструкції, так і через семантику самого іменника; поширювачами виступають узгоджені та неузгоджені означення, виражені відповідно числівниками, прикметниками та іменниками у родовому відмінку): *"Крадіжка на мільйон"*; за зразком неповного двоскладного речення: *"Улюблену справу не покине"*; *"Загинув під потягом"*; за зразком односкладного поширеного неозначено-особового речення: *"Обікрали рабина"*; за зразком спонукального окличного/неокличного речення: *"Подайте кредит"*; за зразком односкладного поширеного інфінітивного речення (в окличних конструкціях цього виду спонукування інтенсивніше, категоричніше, більш безапеляційне): *"Очистити все!"*; за зразком двоскладного поширеного питального речення: *"А чим дівчата гірші?"*; за зразком двоскладного поширеного питального контекстуально-неповного стверджувального речення: *"Радар таки встановлять?"*; за зразком питання-відповіді: *"Куриш? Краще вколися!"* Як бачимо, у принципах побудови заголовків з метою посилення їх емотивно-сугестивного впливу простежується тенденція до економії мовних засобів і збільшення експресивності, що зумовлено не обхїдністю виразити максимум змісту, затративши мінімум мовного матеріалу. Звідси – точність, влучність і лаконїзм газетних назв, які зараз "впадають" в очі пересїчній людині.

Надзвичайно увиразнює мову газетного тексту, як видається, використання конструкцій з розривом на початку, у середині чи в кінці речення. Ці структури сприймаються як актуалізатори уваги чи *ай-стопери*, оскільки трикрапка виконує в них, з одного боку, функцію інтонаційну, а з другого – смислову: фіксує увагу на певних аспектах теми: *"Хтось задушив бїдолашну..."*; *"Йшов солдат вулицею..."*; *"Як карта ляже..."*; *"Поки бабуця спала..."*; *"Пливла собі контрабанда..."*; *"А покрївлї течуть..."* Експресивний характер таких побудов може увиразнюватися підсилювальною часткою "ї": *"ї знову мїліціонер..."*; *"ї лїсгости грабують..."*; *"ї нехай вона крутиться..."* або перенесенням трьох крапок на початок речення. Цим створюється враження інформації, суть якої відома лише автору повідомлення, а реципієнту запропоновано продовження: *"...ї в школу не підемо"*; *"...ї тїтка з Канади"*. Звичайно, такі речення найбільш функціонально доцїльні у заголовках заміток.

Як виявив проведений нами аналіз, значну кількість таких структур становлять розривані посередині речення. У них фраза, нїби, ламається посередині, що зумовлює збїй між темою і ремою, дає змогу видїлити рему: *"Продаються... недоїдки"*; *"До храму... за плящиною"*. Як бачимо, поява розриву зумовлена обуренням автора певними реалїями життя. Трапляються речення, які передають схвильованість автора через незвичайність подїй: *"Україна з... писанок!"*; *"Вкрали... сад!"*. Наразі такі речення видїляються ще й окличною інтонацією. Підкреслимо, що

розглянуті структури роблять текст замітки динамічним (як і будь-якого іншого мас-медійного тексту). Поява трикрапки пояснюється уникненням автора прямого висловлювання з приводу певних явищ, тому своєрідна інтонація недомовленості сприяє активізації уваги: "Україна... ріпакова"; "На півночі країни злодій змусив касирів віддати йому гроші з допомогою... погляду".

Висновки та перспективи подальших наукових розвідок. Аналіз мовленнєвих конструкцій у текстах ЗМІ, на основі використання естетичних ідей Б. Кроче засвідчив, що в сучасному українському мас-медійному дискурсі домінує оперття на індивідуально-інтуїтивне начало у словотворенні та тенденція до "експлуатації" експресивності реципієнта такого повідомлення. Встановлено, що експресивний характер заміток сучасного українського мас-медійного дискурсу забезпечується, передусім, використанням в заголовках граматичних систем, побудованих на основі "вільного" синтаксису – інверсія, неповні речення, парцеляція тощо. Такі граматичні системи або "експресиви" (Дж. Серль) є результатом індивідуальної творчості або індивідуального "поетичного" чи художнього мислення та інтуїції. Звідси нами пропонується широко залучати поняття *експресиви* як закритого результату взаємодії естетолінгвістичного досвіду особистості та спільноти у комунікативному акті, який автоматизує їх інтуїтивне сприйняття, підтримує загострену увагу, викликає експресивну напругу реципієнта та стимулює певну поведінку особистості. Крім того, експресиви виступають підґрунтям утворення *експресивно-комунікативного комплексу* будь-якого сучасного мас-медійного повідомлення. Наявність досвіду у журналіста, як творця тексту, маніпулювання естетично цінною і комунікативно важливою інформацією дає змогу вказати на існування у тексті ЗМІ *мас-медійного експресивного комплексу* як комунікативного чинника чуттєвих реакцій особистості, що впливають на її індивідуальне сприйняття тексту. У його структурі, як результат дії/впливу експресивів, можна виокремити й *експресивно-діяльнісний стимул комунікації* як експресивний подразник, що викликає видозміну стану і поведінки особистості (наприклад, незвичний, метафоричний заголовок чи особливості формотворчих ознак його вербалізації за допомогою шрифту). Відтак, до наукового вжитку запропоновано ввести такі поняття як: мас-медійний експресивний комплекс та експресивно-діяльнісний стимул комунікації. Як перспективу подальших досліджень, вкажемо на необхідність вивчення впливу поряд із вербальною й візуально-естетичною інформацією в соціокультурному просторі людини.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кроче Б. Эстетика как наука о выражении и как общая лингвистика / Бенедетто Кроче ; [пер. с 1-го итал. изд. В. Яковенко]. – М. : Издание М. и С. Сабашниковых, 1920. – Ч. 1. Теория. – 170 с.
2. Поліщук О. Інтуїція. Природа, сутність, евристичний потенціал : [монографія] / Олена Поліщук. – К. : ПАРАПАН, 2010. – 228 с.
3. Українська мова. Енциклопедія. – К. : Українська енциклопедія імені М. П. Бажана, 2000. – 752 с.
4. Уланова С. І. Творча діяльність як смисложиттєва форма людської активності : європейська модель / С. І. Уланова // Культура і сучасність : альманах. – 2010. – № 1. – С. 5–9.
5. Чередниченко І. Г. Нариси з загальної стилістики української мови / І. Г. Чередниченко. – К. : Радянська школа, 1962. – 496 с.

Свиницкая Е. Экспрессивно-коммуникативные особенности современного масс-медийного дискурса в контексте эстетолингвистики Б. Кроче.

В статье на основе использования идей эстетолингвистики Б. Кроче проанализированы "экспрессивы" в языке СМИ, способы их создания через интуитивное познание действительности. Установлено, что экспрессивный характер заметок современного украинского масс-медийного дискурса обеспечивается использованием в заголовках грамматических систем, построенных на основе "свободного" синтаксиса – инверсия, неполные предложения, парцеляция, оборванные синтаксические конструкции и тому подобное. Такие грамматические системы или экспрессивы являются результатом индивидуального творчества или индивидуального "художественного мышления" и интуиции. Установлено, что экспрессивы выступают основой образования экспрессивно-коммуникативного комплекса любого современного масс-медийного сообщения. Его можно представить схемой: экспрессивы – масс-медийный экспрессивный комплекс – экспрессивно-деятельностный стимул коммуникации. Поэтому в научный оборот предложено ввести такие понятия как: масс-медийный экспрессивный комплекс и экспрессивно-деятельностный стимул коммуникации.

Ключевые слова: *эстетолінгвістика, експресивы, масс-медийный експресивный комплекс, експресивно-деятеьностный стимул коммуникации, експресивно-коммуникативный комплекс современного масс-медийного сообщения.*

Svintsitska O. Expressive-Communicative Peculiarities of the Modern Mass-Media Discourse in the Context of the Aesthetic Linguistics by B. Croce.

The article analyzes "expressives" in the mass-media language, ways of their creation via the intuitive cognition of reality on the basis of using ideas of aesthetical linguistics by B. Croce. It is indicated that the expressive character of notes of the modern Ukrainian mass-media discourse is provided with the using in headlines grammar systems, built on the basis of the "free" syntax – inversion, incomplete sentences, parceling, interrupted syntactic constructions etc. Such grammar systems or expressives are results of the individual creativity or the individual "artistic thinking" and intuition. Expressives are the basis of creating the expressive communicative complex of any modern mass-media message. It can be presented by the scheme: expressives – mass-media expressive complex – expressive-axiological stimulus of communication. Such notions are proposed to introduce to the scientific sphere: mass-media expressive complex and expressive-axiological stimulus of communication.

Key words: *aesthetical linguistics, expressives, mass-media expressive complex, expressive-axiological stimulus of communication, expressive-communicative complex of modern mass-media message.*

Ірина Сидоренко
(Київ)

УДК 811.111:81'42:81'38

ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ІДЮСТИЛЮ У ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

Стаття присвячена дослідженню поняття індивідуального стилю автора як невід'ємної складової лінгвостилістики художнього тексту. Основна увага у статті приділяється підходам до його трактування та вивчення. У основній частині представлений детальний аналіз публікації, що вивчають ідіостилістичні особливості авторського мовлення, а також виокремлено та проаналізовано шість основних напрямків за якими досліджується ідіостиль. Крім того, визначається підхід до ідентифікації індивідуально-стилістичних особливостей художніх творів з урахуванням їх жанрової специфіки. У висновках відмічається, що стиль є одним із засобів ідентифікації жанру. Під впливом жанру формується стильова закономірність, що визначає загальну стильову систему художнього твору. За результатами дослідження встановлено, що жанр доцільно розглядати в аспекті індивідуального стилю та виявляти при цьому динаміку авторської мовленнєвої стилістики крізь призму жанрової своєрідності художніх текстів на основі структурно-стильового аналізу. Перспективу подальших досліджень автор вбачає у визначенні стилістично-маркованих засобів, що формують ідіостиль письменника, зокрема стильових домінант англomовної драми ХХ століття.

Ключові слова: *ідіостиль автора, лінгвостилістичне дослідження, стилістична система, структурно-стильовий аналіз, стильова домінанта, жанр.*

Постановка проблеми. Вивчення особливостей індивідуально-авторського стилю та його ролі в аналізі художньої літератури було й залишається одним з ключових завдань у лінгвостилістиці, що вказує на актуальність проблеми дослідження. Історико-діалектичний та граматичний підходи до вивчення мови художнього твору, які переважали на початку ХХ століття (Є. Ф. Будде, Г.Г. Шпет, Л.В. Щерба), не розкрили повною мірою такого складного явища як стилістика художнього мовлення. Сучасна лінгвістика тексту спрямована на перехід від дослідження текстової інтегрованої структури до аналізу тексту як антропоцентричної комунікативної системи, детермінованої мовною особистістю автора у сукупності з його психологічними, ментальними, соціально-культурними та когнітивними особливостями.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Поняття «індивідуального стилю автора» є об'єктом дослідження багатьох науковців другої половини ХХ століття, а саме В.В.