

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Факультет слов'янської філології**  
**Кафедра української філології та славістики**

**Кваліфікаційна робота магістра**  
**з лінгвістики на тему:**

**ЕМОЦІЙНО ЗАБАРВЛЕНА ЛЕКСИКА В МОВІ ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ:**  
**СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ ТА СТИЛІСТИЧНИЙ АСПЕКТИ**

Студентки II курсу, групи МЛпол 53-19 спеціальності 035 Філологія  
Спеціалізації 035.033 Слов'янські мови і літератури (переклад включно), перша – польська  
Другого (магістерського) рівня освітньо-професійної програми “Сучасні філологічні студії (польська мова і друга іноземна мова): лінгвістика та перекладознавство”  
**Ліхторович Діани Юріївни**

*Допущено до захисту*  
” \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**Науковий керівник:**  
**Мінєнкова Наталія Євгенівна**  
кандидат історичних наук, доцент

*Завідувач кафедри*

Національна шкала \_\_\_\_\_  
Кількість балів \_\_\_\_\_  
Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(підпис) \_\_\_\_\_ (ПІБ)

**MINISTERSTWO EDUKACJI UKRAINY**  
**KIJOWSKI NARODOWY LINGWISTYCZNY UNIWERSYTET**  
Wydział filologii słowiańskiej  
Katedra filologii ukraińskiej oraz sławistyki

**Praca magisterska z lingwistyki:**

**LEKSYKA EMOCJONALNO ZABARWIONA W JĘZYKU POLSKICH ŚMP:  
ANALIZA STRUKTURALNO-SEMANTYCZNA I STYLISTYCZNA**

Studentki II. roku grupy МЛПол 53-19  
kierunek 035 Filologia  
specjalizacja 035.033 Języki słowiańskie ta  
literatura (włącznie z tłumaczeniem)  
drugi (magisterski) poziom  
program edukacyjno-fachowy “Współczesne  
studia filologiczne (język polski  
oraz drugi obcy):  
lingwistyka oraz tłumaczenie”

**Likhtorovych Diana**

**Rekomendowano do obrony**

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_20\_\_

**Promotor naukowy:**

dr nauk humanistycznych w zakresie  
historii, doc., Minyenkova Nataliya

**Kierownik katedry**

\_\_\_\_\_  
(podpis)

\_\_\_\_\_  
(imię a nazwisko)

**Narodowy system ocen** \_\_\_\_\_

**Ilość punktów** \_\_\_\_\_

**Ocena w punktach ECTS** \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ I. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЕМОЦІЙНО ЗАБАРВЛЕНОЇ ЛЕКСИКИ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ</b> .....	8
1.1. Особливості вивчення емоційно забарвленої лексики у мовознавстві. Джерельна база та методологічні засади дослідження.....	8
1.2. Дослідження емоцій у контексті антропоцентричної парадигми сучасної лінгвістики.....	15
1.3. Мовний образ емоцій як об’єкт лінгвістичного дослідження.....	21
Висновки до Розділу I.....	30
<b>РОЗДІЛ II. СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНО ЗАБАРВЛЕНОЇ ЛЕКСИКИ У ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ</b> .....	32
2.1. Ядерні та периферійні зони семантичних полів.....	32
2.1.1. Семантичне мікрополе радості.....	35
2.1.2. Семантичне мікрополе смутку.....	37
2.1.3. Семантичне мікрополе страху.....	40
2.2. Етимологічний аналіз емотивних назв.....	43
2.3. Закріплені традиційні уявлення та смислова еволюція емотивних назв.....	47
Висновки до Розділу II.....	50
<b>РОЗДІЛ III. СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНО ЗАБАРВЛЕНОЇ ЛЕКСИКИ У ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ</b> .....	52
3.1. Лексико-стилістичні особливості матеріалів польських ЗМІ.....	52
3.2. Емоційно забарвлена лексика як засіб впливу на читача.....	57
3.3. Медіа-маніпуляції – їх форми, техніки, способи впливу.....	66
Висновки до Розділу III.....	72
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	74
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	79
<b>СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	87

<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ .....</b>	<b>88</b>
<b>РЕЗЮМЕ .....</b>	<b>91</b>

## ВСТУП

Відносини між культурою, засобами масової інформації та мовою можна розглядати з різних точок зору. Антропологічна, культурна, соціологічна, психологічна, ідеологічна, технологічна, медіа-дослідження, лінгвістична – лише одна з багатьох. Широкий обсяг охоплених тем, різноманітність підходів до дослідження, є поштовхом до проведення нових досліджень.

Нові медіа-технології мають фундаментальний вплив на мову, її граматичну систему та форми контактів, методів, правил та ситуативності спілкування. Слід пам'ятати, що конкретний історичний відрізок часу, в якому культурний і соціальний статус мови набуває радикальних змін, має принципове значення для самої культури.

Лінгвісти сходяться на думці, що використовуючи мову, ви можете як говорити про почуття, так і екстерналізувати їх, тобто говорити про різні речі з почуттями. В другому випадку реалізується експресивна функція, спрямована на вираження емоцій під час розмови та опису явищ, навмисне надаючи мовленню емоційного забарвлення. Про те, що текст має виразний характер, вирішує організація самого висловлювання, а не сам зміст.

Емоційні вираження виникають у ситуаціях переживань людини. Емоції, які ми відчуваємо, знаходять своє вираження у різних варіантах мовних засобів, що мають певну організацію. Загальновідомо, що у висловлюваннях важливу роль відіграють емоційно забарвлені мовні засоби, що називають або описують ситуації, що супроводжують емоції, будучи їхніми маркерами. Це насамперед назви емоційних станів та їх різноманітні форми.

Дослідженням емоційно забарвленої лексики займалися такі лінгвісти та науковці, як: Ш. Баллі, Е. Сепір, О. О. Борисов, В. І. Шаховський, І. В. Арнольд, Е. С. Азнаурова, І. Новаковська-Кемпна, А. Вежбицька, О. О. Потебня, В. фон Гумбольдт, І. О. Бодуен де Куртене, Ф. Груча, В. Інґве, Е. Вонсік, Р. Гжегорчикова, Є. Бартмінський, Т. Смолкова, А. Рейтер, Г. Іпсен, Й. Тріп, В. Мьодунка.

Праці вище перелічених дослідників стали теоретичним підґрунтям проведеного дослідження. Обсяг праць та досліджень відповідної тематики, демонструє масштаб популярності, актуальності та можливості аналізу цього явища.

Актуальність дослідження полягає у швидкому розвитку та модифікації мови, у взаємодії емоційно забарвленої та нейтральної лексики, що спричиняють появу нових засобів вираження, які підлягають спостереженням та аналізу. Розвиток медіа простору та соціальні зміни спричиняють потребу у дослідженні емоційно забарвленої лексики в мові польських ЗМІ, адже широкий спектр тем та підходів до надання певних повідомлень та новин у ЗМІ, який є частою причиною змін сприйняття та бачення світу, вважаються упередженими або навіть маніпулятивними. Проведене дослідження побудоване на комплексному аналізі емоційно забарвленої лексики у структурно-стилістичному та семантичному аспектах, що дозволяє побачити повноцінну картину, що відображає сучасні тенденції розвитку функціонування лексичних засобів польської мови в сучасних періодичних виданнях.

**Об'єктом дослідження** є емоційно забарвлена лексика у мові польських ЗМІ.

**Предметом дослідження** є структурно-семантичний та стилістичний аспекти аналізу емоційно забарвленої лексики у мові польських ЗМІ.

**Мета дослідження** полягає у аналізі структурно-семантичного та стилістичного аспектів дослідження емоційно забарвленої лексики у мові сучасних польських ЗМІ.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання низки **завдань**:

1. провести аналіз праць та досліджень науковців-лінгвістів щодо вивчення понять емотивності та експресивності у лінгвістиці;
2. визначити співвідношення та відмінності у трактуванні понять емотивності та експресивності;
3. визначити особливості вивчення емоційно забарвленої лексики у текстах сучасних польських ЗМІ;

4. дослідити емоційно забарвлену лексику у контексті антропоцентричної парадигми лінгвістики;
5. провести структурно-семантичний аналіз емоційно забарвленої лексики за концепцією семантичних полів;
6. дослідити етимологію емотивних назв;
7. Виявити лексико-стилістичні особливості матеріалів польських ЗМІ.

У роботі як основний застосовано описовий метод для характеристики особливостей функціонування аналізованих одиниць; ідентифікаційний метод – для виявлення емоційно забарвлених лексичних одиниць у тексті; структурно-семантичний аналіз – для виявлення особливостей мовних одиниць на структурному та семантичному рівнях; стилістичний аналіз – для виявлення стилістичних особливостей відповідних лексичних одиниць; метод семантичного поля, за допомогою якого було виявлено ядерні та периферійні зони семантичних полів; контекстний аналіз – для виявлення характеристик функціонування мовних одиниць у конкретному лексичному оточенні; прийом семантизації, за допомогою якого лексичні одиниці було розподілено за основними типами, групами та підгрупами.

**Наукова новизна** дослідження полягає у поглибленні знань про специфіку функціонування емоційно забарвленої лексики та засобів мовної експресивізації текстів польських ЗМІ із залученням антропоцентричного та соціологічного контексту, які є основою обґрунтування особливостей творення та побудови публіцистичного тексту із застосуванням маніпуляційних прийомів. Дані прийоми характеризуються особливим емоційним навантаженням. Дібраний матеріал ілюструє сучасний стан розвитку польської мови, зміни та нові набуті характеристики.

**Практичне значення** дослідження та отриманих під час нього результатів пов'язане зі стрімким розвитком медіа-простору та його маніпуляційним впливом на читачів. Зібрані мовні одиниці можуть використовуватись як ілюстративний матеріал для вивчення польської мови як іноземної у вищих навчальних закладах.

Результати цього дослідження були апробовані під час виступу на щорічній науковій конференції “Дні науки Київського національного лінгвістичного університету”.

**Структура магістерської роботи.** Робота складається зі вступу, трьох основних розділів (одного теоретичного та двох аналітичних), висновків та списку використаних джерел (загальна кількість – 115 позицій). Загальний обсяг роботи – 93 сторінки, з них основного тексту – 75 сторінки.

У вступі описані: актуальність, теоретичні дослідницькі праці, об'єкт та предмет дослідження, мета, завдання, методи, наукова новизна, практичне значення та структура магістерської роботи.

Перший розділ присвячено основним теоретичним аспектам лінгвістичних досліджень емоційно забарвленої лексики, особливостям її вивчення, дослідженню емоцій у контексті антропоцентричної парадигми та стану вивчення мовного образу емоцій як об'єкту лінгвістичного дослідження.

У другому розділі проаналізовано структурно-семантичний аспект дослідження емоційно забарвленої лексики у польських ЗМІ. В основу аналізу вищезгаданих лексичних одиниць покладено теорію польової будови лексичної системи. Також проаналізовано значеннєву еволюцію емотивних назв та закріплених традиційних уявлень, щодо емоційно забарвленої лексики.

У третьому розділі розглянуто стилістичні особливості емоційно забарвленої лексики у польських ЗМІ, лексико-стилістичну складову публіцистичних матеріалів та маніпулятивну функцію емоційно забарвленої лексики.

У висновку проведено підсумок результатів структурно-семантичного та стилістичного аналізів емоційно забарвленої лексики, а також звернено увагу на види маніпуляцій за допомогою вищезгаданої лексики на прикладі матеріалів польських ЗМІ.



**РОЗДІЛ І.**  
**ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ЕМОЦІЙНО**  
**ЗАБАРВЛЕНОЇ ЛЕКСИКИ: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНИЙ СТАН**  
**ВИВЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ**

**1.1. Особливості вивчення емоційно забарвленої лексики у мовознавстві. Джерельна база та методологічні засади дослідження**

Основним терміном, необхідним для опису мови почуттів, є емотивність, що розуміється як особливість характеру емоційно забарвленого висловлювання. Варто відрізнити цей термін від поняття емоційності. Явище, назване таким чином, стосується певного способу опису реальності та проявляється насамперед у тембрі голосу та використанні інших прозодичних ознак, які характеризують особливості особистості людини більше, ніж їх емоційне відношення до речей, про які вона говорить. Звичайно, це не виключає наявності емотивності та емоційності в одному висловлюванні. Світ людини – це світ почуттів і цінностей, що знайшло своє відображення в мовних повідомленнях.

Лінгвістика емоцій була започатковано давньою групою вчених-лінгвістів, як наприклад Ш. Баллі [48, с. 113] чи Е. Сепір [10, с. 5], також цією науковою сферою цікавились такі дослідники, як: В. І. Шаховський [45, с. 13], І. В. Арнольд [1, с. 15]. Припустимо, що називання почуттів пов'язане з ідеаційним (репрезентативним) рівнем висловлювання. На цьому рівні можна використовувати лексеми та фразеологізми. Досліджувала особливості лексем, серед інших І. Новаковська-Кемпна [61, с. 54]. Частина фразеологічного ресурсу, що стосується почуттів, була предметом міркувань Пайдзінської [79, с. 213].

Досліджуючи мовні засоби найменування почуттів, ми можемо розділити їх на семантичні групи та вивчити взаємозв'язки між цими групами, таким чином можемо вивчити мовний образ почуттів у польській мові. Також можна перелічити типи мовних засобів, за допомогою яких ми називаємо почуття.

Основними засобами є лексичні та фразеологічні назви почуттів, наприклад: *cieszyć się, radość, strach, bać się, tęsknota, czuć do kogoś miłość, komuś spada kamień z serca, mieć duszę na ramieniu*. Наведені приклади мають спільну семантичну ознаку: “переживання почуттів”. Інших особливостей набувають, наприклад, такі засоби, як: *martwić (kogoś), grać komuś na nerwach*, в цьому випадку семантичною ознакою є те, що: “особа (явище) X викликає почуття в особи Y”. Наступна група – це засоби, які мають назву почуття, вписану в семантичну структуру. Вони є похідними від назв почуттів, наприклад, *radośnie, smutny, żalony, tęskny*. Використання цих засобів позначає почуття побічно, наприклад: *Jan spojrział na Marię radośnie oznacza: 1. 'Jan spojrział na Marię' 2. 'Jan [spoglądając na Marię], czuje radość'*.

Почуття можуть бути висловлені за допомогою використовуваних мовних засобів, наприклад:

- *Chłopcy zachowywali się agresywnie implikuje 'chłopcy doznawali uczucia złości i okazywali to swoim zachowaniem';*
- *Ten aktor jest idolem Pawła 'Paweł doznaje wobec tego aktora uczuć sympatii i podziwu'.*

Існує ще один спосіб побічного позначення почуттів – називаючи реакції, які можуть свідчити про почуття. Про деякі почуття можуть свідчити стандартні реакції: сміх – про радість, плач – про смуток, тремтіння рук – про нервозність тощо. Наприклад: *Jan uśmiechnął się, Maria płacze, Po usłyszeniu wiadomości Ewa zbladła*. Це описи не почуттів, а фізичних реакцій, які можуть свідчити або не свідчити про переживання певних почуттів. Такі реакції також можуть бути нестандартними, наприклад:

- *Jerzy odwrócił oczy (kiedy usłyszał zarzuty);*
- *Anna wyszła z pokoju (kiedy ktoś zaczął ją krytykować);*
- *Piotr zaczął chodzić po mieszkaniu (kiedy ktoś poruszył drażniący go temat).*

Сконвенціоналізовані описи цих реакцій стоять на межі засобів називання реакцій, які можуть свідчити про почуття, та фразеологічних засобів називання почуттів, наприклад:

- *robić wielkie oczy;*
- *komuś pociemniało w oczach;*
- *ktoś zapomniał języka w gębie.*

Опис елементів реальності іноді супроводжується оціночно-емоційним маркуванням, наприклад, замість жінки хтось використовує лексему *babsztyl*. Також можуть бути зазначені назви почуттів. Наприклад:

- *Paweł nienawidzi ludzi, którzy mają inne niż on poglądy;*
- *Barbara lekceważy swoje obowiązki.*

Мовець за допомогою розглянутих тут засобів, називає почуття зазначених осіб, але в той же час оцінює їх емоційні установки: *Paweł doznaje uczucia (przyjmuje postawę) nienawiści... (i to źle, ponieważ nienawiść wobec innych ludzi jest zła); Barbara przyjmuje postawę lekceważenia... (i to źle, ponieważ lekceważenie czegoś jest złe)*. Отже, ми маємо тут справу з називанням і вираженням почуттів одночасно, тоді як називання стосується чужих почуттів, а вираження – власних.

Лексика лексичного поля почуттів та емоційних станів є однією з найважливіших груп тематичної лексики в лексичному ресурсі сучасної польської мови. Вживання емоційно забарвленої лексики залежить від багатьох факторів: гумору людини, ставлення до співрозмовника, обставин тощо. У дружніх ситуаціях можна вживати так звані сильні вирази: *Nie wutachuj łapami! Niech pan zabiera swoje bambetle!*

Емоційна лексика вважається одним із найширших та найскладніших словесних ресурсів майже в кожній мові. Багатство та різноманітність слів, що описують емоційні стани, не однаково відображають весь спектр відповідних станів у кожній мові. Ці відмінності можна помітити як на рівні окремих мов, тобто ідіолектів, так і на рівні загальних мов. Однак на найнижчому рівні спостереження багатства емоційного словникового запасу в лексиконі окремо взятої людини визначається головним чином рівнем його мовної компетентності та обсягом його участі у соціальному житті, а не станом лексикону емоційного словникового запасу мови, якою він користується. Чим вищий рівень мовної компетентності особистості та ширша їх участь у міжособистісних контактах,

тим більшими є можливості розвитку словесної репрезентації емоційних переживань. Беручи до уваги, що діапазон термінів у галузі почуттів та емоційних станів у багатьох мовах можна охарактеризувати як “вражаюче багатство”, можливості розвитку цього подання емоцій не тільки по відношенню до особистості значно зростають, але й у цій розгалуженій структурі словесних міток існує можливість стабілізації емоційних станів.

Емоційна лексика – одна з найдавніших тематичних груп польської мови. Дослідження найдавнішого ресурсу польської лексики, проведені Т. Лер-Спалавінським [85, с. 135], показали, що цей ресурс лексики польської мови, яка є спадщиною праслов'янської епохи, включав також лексику, пов'язану з духовним (емоційним) життям людини, включаючи: назви почуттів (бажання, надія, любов, дружба, заздрість, ненависть, гнів, страх, біль, жаль, горе, сором і радість), назви розумової діяльності (багато з яких є назвами з емоційним значенням: відчувати, боятися, дивуватися, гнівати, зневажати, кохання, кохання, ненависті, сорому, огиди, болю, страждання, жалю та довіри) та назви психічних властивостей (ця група невелика, але певні назви, що стосуються емоційного життя людини, це: блаженство, кохання та радість). Емоційна лексика є однією з найчисленніших тематичних груп сучасної польської мови, але, що важливо, питома лексика має домінуюче становище в цій групі. Невеликий відсоток запозичень у цій групі, які польська мова перейняла досить пізно, доводить, що польська мова з точки зору найменування та опису емоційних станів була дуже функціональною з самого початку.

Сьогодні існує багато наукових галузей, які вивчають емоційно забарвлену лексику, і в той же час перед вченими постають подальші завдання пошуку відповідей на багато важливих, хоча, здавалося б, тривіальних питань про емоції, відповіді на які сьогодні невідомі або гіпотетичні.

Тема роботи стосується трьох ключових питань, а саме теорії мовних полів, лінгвістичної теорії емоцій та питань лексико-семантичного дослідження, проведеного на основі матеріалу, зафіксованого в письмових текстах, в даному випадку в текстах польської преси.

Розглянуті тема магістерського дослідження та проблеми є частиною двох напрямків досліджень, досить популярних останнім часом у польському мовознавстві, розвиток яких у Польщі розпочався майже одночасно. Перш за все, праця посилається на традицію польських лексико-семантичних досліджень із використанням теорії мовних полів, яка, хоча і в більших масштабах у польській лінгвістиці, застосовується лише з кінця 1970-х років, але вже може похвалитися деякими науковими досягненнями. Другий напрямок досліджень, який також є частиною аналізу, проведеного для досягнення цілей цієї роботи, – дослідження лінгвістичної реалізації психічних проявів, зосереджених переважно на почуттях та емоціях.

Теорія лексичних полів у польському мовознавстві є порівняно молодим методом дослідження, але в наш час вона користується дедалі більшим інтересом серед польських мовознавців, які охоче тягнуться до неї та використовують її для дослідження тематичної лексики як сучасної, так і історичної польської мови. На основі методології, розробленої в рамках емпіричного вдосконалення теорії лексичних полів, вже вивчено кілька десятків тематичних груп польської лексики.

Джерелами, з яких було отримано лексикографічний матеріал, були статті із сучасної польської преси та словники: періодичні видання – *Polityka* “Pływające więzienia, czyli koronawirus na wielkich wycieczkowcach” [108], “Dość tego” [96], “Pisowski buldożer buksuje” [101], “Skok do krainy po-wolności” [97], “Muzyk, który gra z roślinami” [103], “Zgruzowstałość” [98]; *Wyborcza* “Polityka w giełdowym składzie porcelany” [110], “Kazachstan już się nie obraża na Borata” [112], “Kto zyskał na pandemii?” [111], “Klamka zapadła” [107], “Leasingowy barometr kryzysu koronawirusowego” [105], “Tyjemy, bo zajadamy stres” [109]; *Newsweek* “Budżet i inflacja. Czy już czas zapaść pasy” [99], “Bezpowrotni. Dlaczego imigranci nie chcą wracać do Polski” [113], “Sztuczne diamenty” [102], “Afery PiS” [100], “Finał” [106], “Krok w dorosłość” [104], “Zimna wojna” [114]; *Wprost* “Globalne ogłupienie. Ekobałamucenie” [115] та словники “*Słownik języka polskiego*” [93] ,

“*Wielki słownik języka polskiego*” [95], “*Słownik etymologiczny języka polskiego*” [89].

Крім того, діахронічне дослідження тематичної лексики проводились на основі матеріалів, записаних із різних типів словників. Як дослідження, що було проведене на ґрунті історичних матеріалів, так і сучасний матеріал як пункт спостереження, виявили, насамперед, лексичні ресурси окремих тематичних груп польської лексики, розмір яких до теперішнього часу через розподіл по різних джерелах було практично неможливо зрозуміти. Також не викликає сумнівів, що дослідження тематичного словникового запасу польської мови розширює знання інших галузей мовознавства: семантиці, етимології, прагматиці та, насамперед, у лексикографії, таким чином доповнюючи та перевіряючи стан знань у декількох галузях мовознавства. І хоча, як підкреслюють деякі лінгвісти, сучасні дослідження лексики, що використовують теорію тематичних полів, є лише початковим етапом у цьому напрямку аналізу, слід визнати, що вони становлять важливий потік досліджень у польській лінгвістиці. І саме ця тенденція лінгвістичних досліджень включає також вивчення лексики в галузі почуттів та емоційних станів.

Другий напрямок досліджень – це тлумачення назв почуттів з лінгвістичної точки зору. На початку дослідження в цій галузі включали, перш за все, теоретичні дослідження семантичної сторони словникового запасу, пов’язаного з почуттями та емоціями. Починаючи з 1980-х років, з’являються публікації з аналізу поліпредикативних виразів, що визначають почуття, концептуалізації почуттів польською мовою, інтерпретації метафоричних виразів, що описують почуття, передають емоції та представляють мовні образи вибраних емоційних станів. Численні опубліковані результати лінгвістичних досліджень щодо реалізації почуттів та емоцій, а також дискусії щодо результатів та індивідуальних підходів призвели до появи так званих. лінгвістичної теорії емоцій, яка, використовуючи досягнення допоміжних наук, особливо психології, соціології та антропології, розвивала, серед інших, власні методи аналізу та опису емоційних переживань.

У ході дослідження також було розглянуто спеціалізовану літературу з інших наукових галузей, яка зробила почуття та емоції одним із предметів їх дослідження. Йдеться головним чином про психологію, на основі якої емоції постійно вивчаються з другої половини 19 століття, коли завдяки В. Джеймсу вони вперше були ретельно проаналізовані з наукової точки зору, і результатом стало формулювання першої наукової теорії емоцій – теорія Джеймса-Ланге [16, с. 187]. В представлений роботі при аналізі матеріалу використовувались знання в галузі психології, головним чином для визначення індивідуальних почуттів, і посилалися на вибрані класифікації, розроблені на основі цієї науки (наприклад, класифікація емоцій на позитивні – негативні та основні – похідні) та до результатів дослідження окремих емоцій. Більше того, у збалансованій та обмеженій мірі використовувалась термінологія, розроблена з метою опису почуттів у цій галузі знань.

Було зроблено посилання на досягнення двох інших дисциплін – соціології та антропології. Соціологія займалася систематичним дослідженням емоцій як важливого аспекту людського життя досить пізно, лише в 1970-х роках, і тому досягнення в цій науці є меншими, ніж у випадку з психологією. Значною мірою соціологія емоцій із самого початку спирається на досягнення психології, особливо дослідження, проведені після конструктивістів, чії теорії по суті дистанціювались від біологічних аспектів, що будують емоції. Тільки когнітивний підхід до емоцій на основі цієї науки надав біологічним та психологічним чинникам суттєве значення у побудові почуттів, з часом визнаючи вплив другого фактора як кардинального, і саме з цього часу слід датувати значний вплив досягнень у галузі психології на соціологічні теорії емоцій [16, с. 118].

Проаналізувавши різні варіанти щодо класифікації почуттів та емоційних станів, було встановлено, що поділ на позитивні та негативні почуття та емоційні стани був би найбільш коректним для аналізу та подання зібраного матеріалу. Цей підхід можна знайти у запропонованих класифікаціях почуттів у більшості галузей науки (психологія, соціологія, лінгвістика), що розглядають емоції як

один із предметів дослідження. Завдяки цій класифікації було виділено дві всеохоплюючі групи (мікрополя): а) позитивні почуття та емоційні стани, б) негативні почуття та емоційні стани. Представлений поділ є традиційною версією класифікації почуттів. Слід підкреслити, що про позитивну чи негативну природу цього словникового запасу можна говорити лише тоді, коли ці елементи розміщуються та розглядаються в контексті.

Наступним етапом класифікації зібраного матеріалу був його поділ на лексичне та семантичне поля. При його проведенні було застосовано принцип накопичення лексики в межах словникових груп, позначених назвою поля домінанта (домінанта словникової групи). Цей принцип впливає із спостереження, що між різними емоціями можна виявити деяку ближчу або подальшу подібність. Подальші подібності, як правило, виникають між емоціями (настроями, установками), що характеризуються однаковим знаком валентності, і можуть стосуватися емоцій, які у більшій чи меншій мірі відрізняються одна від одної, наприклад: незадоволення та безнадія або сором та страх. З іншого боку, деякі емоції настільки подібні, що їх відмінності можна охарактеризувати як надзвичайно тонкі, а тому важкі для сприйняття. Емоції також пов'язані ще одним специфічним фактором: окремі емоційні стани можна згрупувати на основі подібності фізіологічного збудження, характерного для цих станів. В обох вищезазначених випадках ми говоримо про більш близькі подібності, саме тому, частково, всі ці фактори, крім першого, що обумовлюють присвоєння даної лексеми іменуванню або посиленням на певну емоцію, впливали на спосіб класифікації словникового запасу. Однак найважливішим фактором, на основі якого групувалася зібрана лексика, був семантичний фактор.

## **1.2. Дослідження емоцій у контексті антропоцентричної парадигми сучасної лінгвістики**

З кінця 90-х років ХХ століття, внаслідок змін наукових парадигм у мовознавстві, особливо актуальним став антропоцентричний підхід, який став



поштовхом до появи таких наук про людину та мову як: лінгвогносеологія, лінгвоетнологія, лінгвосоціологія, лінгвокультурологія та філософія мови.

Антропоцентричний підхід означає зміну напрямку дослідження з об'єкта на суб'єкт, тобто точкою відліку та орієнтиром є аналіз людської особистості як мовної та мовленнєвої, а також пошуки виявів людського чинника насамперед у мові. Такий поворот та зміна наукового напрямку був зумовлений новим поглядом на об'єкт дослідження, дослідницький пріоритет сучасних мовознавців ґрунтується на питанні “як функціонує мова” як антропоцентричний феномен, що є відмінним від минулого “як влаштована мова” як незалежна від людини самостійна система [35, 116].

Так звана, нова антропоцентрична парадигма – вивчення мови як невід'ємної частини мислення, свідомості людини та культури народу, має глибоке історичне коріння у формуванні лінгвістики як окремої галузі знань. Основоположні ідеї формування даної концепції прослідковуються у працях В. фон Гумбольдта, вчений першим виголосив концепцію згідно якої мова розглядалася тим складником, що безпосередньо закладений в людині, а вивчення мови слугує найвищою спільною метою людського духу, ціллю якого є пізнання людиною самої себе. Дослідник розумів мову як творчий фактор, іманентну особливість людського розуму, за допомогою якої людина формує свій світогляд, його вчення про внутрішню форму мови та уявлення про мову як “проміжний світ” між дійсністю та людиною стало основоположним у формуванні теорії мовної картини світу [9, с. 276].

Теорія В. фон Гумбольдта знайшла відгук у працях представників порівняльно-історичної парадигми мовознавства, у межах якої був сформований певний психологічний напрям, який визначав мову як феномен психіки людини. Дослідники, що належали до психологічної школи, а саме Г. Штейнталь, В. Вундт, О. О. Потєбня, І. О. Бодуен де Куртене та інші розглядали мову з перспективи егоцентризму тобто наголошували на взаємозв'язку мови з психікою як окремої людини так і етносу загалом [9, с. 254]. Людині як суб'єкту, що пізнає та оперує певною мовою, відводиться активна роль у формулюванні

значень мовних одиниць. Людина є творцем значень, вирішує питання про вибір певних мовних засобів для опису тієї чи іншої ситуації, а також приймає рішення щодо інтерпретації мотивів свого мовного вибору.

Прихильники наукових поглядів В. фон Гумбольдта неодноразово звертали увагу на антропоцентричний характер мови. Вітчизняний мовознавець О. О. Потебня надав розвитку вченням про внутрішню форму мови, що на його думку впливає на формування і функціонування мови етносу, адже спирається на національну образність та неповторне мовне світосприйняття [34, с. 178]. Інший науковець І. О. Бодуен де Куртене, базуючись на роботах свого попередника, та підтримуючи думку, що мова знаходить своє місце лише в індивідуальній свідомості, яка є частиною мовної спільноти, виокремив чотири напрямки антропоцентричної парадигми. Перший напрям розглядає мову як віддзеркалення особистості людини, тобто з'ясовує яким чином людина відображає себе у мові, базовим поняттям даного підходу є мовна картина світу. Другий напрям – комунікативна лінгвістика, вивчає роль особистості мовця в процесі спілкування. Третій вивчає роль мови у свідомих пізнавальних процесах. Четвертий напрям, який часто називають внутрішньосуб'єктивною лінгвістикою, має на меті з'ясувати те, яким чином мова існує в людині та є її невід'ємною частиною [74, с. 105].

Питання концепції мовної картини світу зацікавило багатьох дослідників, однією з яких є А. Вежбицька. З часом було сформовано певну типологію картин світу, враховуючи різноманітні критерії, а саме: суб'єкт (картина світу окремої особистості або групи людей, етносу), об'єкт (різноманітні категорії картин світу), результат (безпосередній образ світу, що вирізняється з-поміж інших своєю глибинністю, динамічністю, статичністю). Повертаючись до принципу антропоцентричності, варто зазначити, що він відіграє основну роль у багатьох працях польської дослідниці А. Вежбицької. Провідним напрямком досліджень науковця є лінгвістична семантика, слід звернути увагу, що під час лексикографічного опису деяких слів, вона використовує саме антропоцентричний підхід у тлумаченні. Наприклад, для більш точного опису

розміру собаки, вводяться такі значеннєві семантичні компоненти як: “однією рукою не піднімеш”, “встаючи на задні лапи, може бути на рівні з людиною” [78, с. 40]. З цього можемо зробити висновок, що за думкою А. Вежбицької, щоб розтлумачити значення певних концептів, потрібно врахувати те, за яких умов вони мають зв’язок з людською діяльністю.

Під час аналізу мови, ми можемо визначити її як певну семантичну систему, реалізація якої напряду пов’язана з людиною, яка використовує цю систему в різних ситуаціях пізнання та інтерпретації об’єктивної реальності. Вплив різноманітних факторів на визначення феномену значення, вказує на необхідність викладу його в антропоцентричній перспективі. Людина, сприймаючи світ, створює у своїй свідомості концептуальні структури, які базуються на чуттєвому, фізичному та соціальному досвіді та її діяльності. Слід підкреслити, що реальність природним чином не створює жодних класів, моделей чи категорій, лише людина через свій досвід класифікує світ, а результати пізнавальної діяльності людини відображаються в мові. Однак мова – це не вірне відображення дійсності, а відображення того, як цю дійсність сприймає людина. Антропоцентричність мови виявляється насамперед у теоретичних, практичних та культурних знаннях, що зберігаються в самій мові, а також у досвіді, який усвідомлюється та вербалізується людиною через концептуалізацію дійсності та її мовного образу.

Мовний антропоцентризм реалізується багатьма способами, але традиційно більшість проявів антропоцентризму можна знайти в лексичному ресурсі. Антропоцентризм як принцип лінгвістичного дослідження певних мовних об’єктів орієнтований на аналіз дискурсу та тексту емпіричного матеріалу з урахуванням людського фактору в мові [8, с. 224].

Вперше серед польських дослідників антропоцентричну теорію мови представив Ф. Груча у своїй монографії “Питання металінгвістики – лінгвістика, її предмет, прикладна лінгвістика”. Антропоцентрична лінгвістика професора вирізняється з-поміж інших лінгвістичних концепцій, перш за все його винятковим тлумаченням мови. Дослідник дає визначення мові як різноманітним

мовам конкретних живих осіб, певним коефіцієнтам знань, відтворених або продукованих ними [58, с. 74].

Аналогічних висновків про існування людських мов, до яких вперше дійшов Бодуен де Куртене, а пізніше Ф. Груча, досягнув також В. Інґве, який обмежився лише формулюванням кількох дослідницьких постулатів. Науковець сформулював свої бачення з посиланням на припущення, що єдиними об'єктами лінгвістичних досліджень є люди, а не фонологічні послідовності, сегментовані на слова чи речення в процесі спілкування. Інґве вважає, що звукові хвилі та всі види енергії, витрачені під час розмови та прослуховування мовних висловлювань, та інші об'єкти, такі як письмові тексти серед замінних мовних кодів, за допомогою яких комунікативні одиниці об'єднуються у тимчасові та тривалі мовні зв'язки, розглядаються як такі, що належать лише до фізичного світу, самі по собі вони несуть жодної інформації, і взагалі не мають жодного значення [58, с. 33].

Антропоцентричний характер мов також помічає Е. Вонсік, основні її припущення, щодо антропоцентричної теорії були викладені у монографії “Мова – знаряддя чи властивість людини?”. Вже у вступі Е. Вонсік чітко заявляє, що в лінгвістичних дослідженнях слід починати з людини, яка є еволюційною неперервністю в природі та культурі, через мову як специфічну форму спілкування, а не лише з самої мови залежної чи незалежної від людини. При цілісному підході до мови, беручи до уваги людину як вихідну точку, слід враховувати той факт, що всі аспекти та компоненти мови становлять сукупність специфічних властивостей та елементів, що належать окремим людям та соціальним групам як учасникам комунікативних актів. Дослідження мови з генетичного погляду та методів функціонування, повинне зосереджуватись на пошуку мовних властивостей людини в її комунікативній діяльності [77, с. 140]. Дослідниця також зауважує, що той факт, що людина має лише специфічну властивість, відому як “мова”, став причиною того, що у ХХ столітті були розвинені філософські течії, в яких акцент був перенесений з людини на проблему мови та самого мовного спілкування.

Найближчим до антропоцентричного підходу до мов серед польських дослідників, був М.А. Кромпець, який присвятив цим питанням окремий розділ своєї дисертації під назвою “Мова та реальний світ”. Щодо цього питання він писав, серед іншого, так: мова нерозривним чином переплітається з думкою, разом із нею створює своєрідне ціле, та є саме об’єднанням суб’єктно-об’єктних відносин. Будучи конкретним цілим поряд з думкою, не ототожнюється з нею, а є генетично пов’язаним [63, с. 76].

Предметом антропоцентричного підходу у мовознавстві є ставлення до конкретних людей як до елементів, що складають основу його пізнання. Як вторинні елементи, що становлять об’єкт їх пізнання, ці суб’єкти розглядають властивості, елементи знання людей, що становлять їх фактичні мови, або точніше, системи знань, які забезпечують їхню здатність до спілкування за допомогою мовних виразів, включаючи переважно:

1. системи (елементи) знань, що становлять навички цих людей, на основі яких вони здатні створювати конкретні вислови як функцію визначення своїх знань, своїх емоційних станів тощо, а з іншого боку виявляти та розуміти вирази екстерналізовані іншими людьми;
2. системи (елементи) знань конкретних людей, які забезпечують їхні навички для здійснення мовних актів, опису емоційних станів, що здійснюються або відтворюються ними [9, с. 215].

Отже, антропоцентрична лінгвістика – це сфера, суб’єкти якої займаються розпізнаванням (реконструкцією) певних (конститутивних) властивостей, це область пізнавальної роботи, спрямованої на пізнання перелічених властивостей розуму конкретних людей або конкретних спільнот людей.

Ідею антропоцентричного характеру мови в сучасній лінгвістиці можна вважати загальноприйнятною. Для багатьох лінгвістичних методів дослідження поняття людини в мові виступає як природний пункт відліку стосовно аналізованих мовних явищ та предметів. Принцип антропоцентризму в мовознавстві доводить, що досягнення адекватної концепції сутності мови можливе лише у випадку вивчення сутності людини, яка усвідомлює себе, своє

місце у світі та свою роль у практичній діяльності. Водночас пізнати людину неможливо без її мови. Ось чому діада “мова-людина” настільки важлива при вивченні лінгвістичних об’єктів, які повинні бути в центрі сучасних антропологічних досліджень.

### **1.3. Мовний образ емоцій як об’єкт лінгвістичного дослідження**

Динамічні зміни, що розпочались ще у 70-х роках ХХ століття та дали початок так званій “пізнавальній революції”, мають значний вплив на форму та трансформації, що відбуваються в сучасній лінгвістиці. Когнітивна лінгвістика, безсумнівно, є одним з напрямків, що має найбільш динамічний розвиток. Згідно з припущеннями цієї наукової течії одиниці мови розглядаються як своєрідний ключ до відстеження та вивчення психічних процесів, що відбуваються у свідомості людини.

Зв’язок мови з пізнавальними процесами людини призвів до знівелювання межі між мовними та позалінгвістичними знаннями, а отже, безпосередньо вплинув на спосіб розуміння значення слова. Особливо важливим тут є ставлення когнітивістів до традиційної семантики, що визначається як референтна, а отже, до думки, що знак відноситься до дійсності [14, с. 256]. Іншими словами, семантичне відношення пов’язує знак із об’єктивно існуючими явищами. У світлі когнітивної течії мовознавства, до лінгвістичних ознак відносяться не явища світу, а досвід людей, які говорять даною мовою.

У гуманітарних науках визначення – це термін, що широко охоплює спектр різноманітних форм. У наслідок чого межа, що відокремлює визначення від інших мовних виразів, що не є визначеннями, є не зовсім чіткою. У працях багатьох науковців визначення розглядається як “термін, що стосується дуже широкого кола мовних виразів, єдиною спільною рисою яких є те, що вони певним чином сприяють поясненню значення певного виразу”. З іншого боку, визначення є коротким, але повним терміном, спрямованим на однозначну характеристику певного об’єкта чи міркуванням про семантичні функції виразу.

Сучасна методологія наук виділяє багато типів визначень. Їх кількість та різноманітність, як зазначає П. Кшижановський, є результатом різноманітних окремих типів визначень та методів їх реалізації [71, с. 55].

Одне з основних питань, з яким має справу сучасна лінгвістична семантика, стосується глибини або ступеня уточнення опису значення мовних виразів. Рената Гжегорчикова формулює їх наступним чином: “чи слід обмежувати семантичне визначення слова якомога меншим набором семантичних ознак, що служать для цілей ідентифікації, або навпаки – воно повинне охоплювати весь спектр, багатство, різноманітність і багатогранність культурного досвіду людини, що виникає з мови?” [59, с. 120]. Прийняття другого із описаних варіантів відноситься безпосередньо до так званої когнітивної семантики та способів її визначення.

У межах когнітивної течії мовознавства, первинній, дещо обмеженій класичній дефініції, протиставляється когнітивне визначення, яке виключає будь-який вибір дефініційних ознак. Відступ від принципів класичного визначення Єжи Бартмінський виправдовує різницею цілей таксономічних визначень (упорядкування знань про реальність за конкретними правилами) та когнітивних визначень, запропонованих ним (реалізація знань про світ, категоризація явищ та їх оцінка, встановлена в мові) [49, с. 78].

Нові мовні тенденції активізували та зробили акцент на пошуку нових дослідницьких питань, які можна проаналізувати завдяки використанню нових методів. Однією з них, безперечно, є проблема кореляції та взаємозалежності мови та сфери емоцій як однієї з форм пізнавальної діяльності особистості.

Абстрагуючись від великої кількості наукової літератури, тематика якої стосується ролі та значення емоційних станів, у загальних рисах можна сказати, що емоції найчастіше розглядаються як автоматичні, досить короткі та складні реакції організму, що надають відчуттям суб'єктивні цінності та якість. Однак емоції – це не лише показники різних психічних станів, які свідчать про ставлення людини до навколишнього світу, інших людей, різних процесів та його діяльності. У пізнавальній діяльності людини самі емоції стають об'єктом

відображення, набуваючи форми складних психічних структур – понять, які частково зберігаються і виражаються за допомогою мови [14, с. 54]. Узагальнюючи окремі позиції щодо концепції, можна вважати, що це ментальна одиниця зі специфічною структурою, форма представлення певної галузі знань, обумовлена етнічно та культурно, яка має відображені в різних засобах мовної реалізації. Емоційна концепція – це особливий її вид. Окрім універсальних особливостей, вона також має елементи, позначені етнокультурною стигмою через те, що кожна мова сама правильно інтерпретує та осмислює світ. Іншими словами, кожна мова здійснює свою власну і властиву лише їй категоризацію дійсності, що відображається, серед іншого, у способах і формах лінгвістичної ілюстрації емоційних станів.

Розмовна та наукова категоризація не вичерпує всіх форм упорядкування, що є важливими з точки зору мовного образу світу. Альтернативою є концептуальна модель, яка ілюструє багатогранний опис значення слова. Можливість описати значення якомога повніше існує завдяки вибору формули когнітивного визначення (також відомого як відкрите визначення), суть якої полягає в розгляді значення в термінах інтерпретації [9, с. 85]. Оскільки значення слова – це специфічна інтерпретація означуваного, інтерпретація, яка є по суті суб'єктивною, то можливі різні погляди на один і той же розділ позалінгвістичної реальності. Людина як предмет вищезазначеного тлумачення має особливий вплив на форму семантичного визначення.

Мовну картину світу слід розуміти як концептуальну структуру, закодовану в конкретній мовній системі. Ця структура є похідною від способу осмислення світу в даній культурі. Нарівні з мовною картиною світу можна зробити висновок про існування концептуального образу світу, що відрізняється набагато більшим значенневим спектром, завдяки тому, що в його формуванні беруть участь різні типи когнітивних процесів, у тому числі ті, які не представлені в мовній системі. На концептуальну структуру – як зазначає Анна Вежбицька – постійно впливають когнітивні процеси. Людина є суб'єктом процесу моделювання даної структури. Сприйняття, обробка та засвоєння будь-



якої нової інформації базується на тому, що людина вже має у своєму розпорядженні. Система знань про світ, що розвивається таким чином, тобто концептуальний образ світу, не огорнута системою знаків, а складається з різних сукупностей, груп понять – так званих концептосфер, які в сукупності складають концептуальну мережу немислимого розміру, що репрезентує зовнішній світ [78, с. 40].

Ці міркування ґрунтуються на переконанні, що в мові та висловлюванні є три рівні: ідеаційний, інтерактивний та метадискурсивний. Ідеаційний (репрезентативний) рівень охоплює те, що говорить мовець. Інтерактивний рівень відповідає на питання, для чого мовець говорить. Тому тут важлива мета висловлювання та шляхи досягнення цієї мети: модальність, емоційність та функція дії. На інтерактивному рівні висловлювання функціонує як акт мови, а метадискурсивний рівень визначає спосіб говоріння мовця. Те саме стосується багатьох інших станів та процесів, про які ми робимо висновок за їх проявами [14, с. 217]. Таким чином, назвати явище радістю, гнівом, полегшенням, занепокоєнням тощо виникає від спостереження за проявами названих явищ. Ви можете переживати почуття, а не демонструвати їх, або можете поводитися так, щоб показати почуття, не переживаючи цього. Однак існують певні традиційно обґрунтовані способи поведінки, включаючи словесну поведінку, які змушують спостерігача вважати, що інша людина відчуває це, а не інше почуття. Ви також можете назвати власні почуття. Якщо мовець про свої почуття говорить як про минуле (а не пережите тут і зараз), то ми також маємо справу з називанням почуттів, а не їх вираженням.

Мова має багатий лексичний та фразеологічний ресурс, що стосується почуттів. Більшість дослідників, до цих пір, звертали увагу на назви почуттів. Праці Івони Новаковської-Кемпни є одними з найбільш обширних досліджень з розглянутих тут питань. В одному з них авторка представляє типологію назв почуттів, поділяючи їх на почуття-афекти та почуття-установки. У цих двох групах можна виділити кілька інших. Кожна назва почуття відноситься до позитивного чи негативного почуття [61, с. 54].

Існує також побічний спосіб опису почуттів. Це досягається описом передбачуваних або ненавмисних реакцій людини на подразник. Ці реакції, як правило, є симптомами самих почуттів. Наприклад, плач – це ознака смутку, сміх – радості, нахмурення – незадоволення тощо. Деякі реакції настільки характерні для почуттів, що назви цих реакцій стали фразеологічними назвами почуттів, наприклад, махати рукою на щось у деяких контекстах означає не названу дію, а почуття легковажності. Висловлення почуттів – одна з інтерактивних функцій мовлення. У розпорядженні мови є засоби, що спеціалізуються на цій функції, наприклад:

- лексеми, наприклад: *niestety, ojej, ach, nareszcie*;
- фраземи, наприклад: *dobrze sobie, niech to szlag trafi*;
- словотворчі суфікси, наприклад: *kawka, piśmidło, mamuśka, prezydentek*;
- флексія, наприклад: *doktory, profesory*;
- синтаксико-лексичні засоби, наприклад: *X, bo inaczej Y, myślałem/am, że (padnę)*;
- синтаксично-інтонаційні засоби, наприклад: *Dlaczego X?, Po co Y?, Jaki X Gdzie X*;
- інтонаційні засоби, наприклад: *Idź! Żaden?!*

Досить велику частину сучасної фразеології складають емоційно-експресивні фразеологічні одиниці, що виникли на основі розмовної мови, наприклад:

- *dać w tubę, tj. “uderzyć kogoś w twarz”*: – *Kolo się stawiał i dostał w tubę*;
- *fajne, ile ważyło, tj. “obrażające określenie ubrania, które było kupione na wagę w szmateksie”*: *Fajna bluza, ile ważyła?*
- *galareta społeczna, tzn. “osoba bez własnego zdania, zmieniająca decyzje pod wpływem innych osób”*: – *Gośka miała iść z nami na węgry, ale Marcin namówił ją, żeby została. – Wiedziałem, że tak będzie. To zwykła galareta społeczna*;

- *idź banany prostować!* – “*używamy go, gdy chcemy komuś zakomunikować, aby się odczepił*”: – *Cześć! Mogę się dosiąść?* – *Spierdalaj na drzewo banany prostować!*
- *idź na sanki, “jednym słowem po prostu spadaj”*: – *Elo, zaprzyjaźnimy się?* – *Idź na sanki!*
- *z niemca, tzn. “zrobić coś zupełnie niespodziewanie, zaskoczyć kogoś, co prawie zawsze ma nieprzyjemny skutek”*.

Існують й такі мовні засоби, які виконують подвійну функцію: ідеаційну та інтерактивну. Насамперед, це – назви різних типів об’єктів, які: відносяться до якогось елемента реальності, а також оцінюються (одночасно та емоційно). Польська мова має досить великий запас характеристичних ознак людей, наприклад: *bubek, palant, matoł, baran, noga stołowa, ósmy cud świata, bosy antek*. Більшість характерних ознак людини посилаються на її інтелектуальні здібності і мають негативне значення. Назви тварин, що стосуються людей, зазвичай мають негативний відтінок, наприклад: *baran, osioł, krowa, świnia*. Використовують також назви неживих предметів, наприклад: *szmira, kicz, bzdura, bezsens*. У деяких контекстах це позначено термінами, що позначають абстрактні явища, названі за допомогою метафор, наприклад: *śmieć, bagno, ruina*. Назви видів діяльності, станів, процесів також характеризуються ціннісно-емоційним елементом, наприклад: *szwendać się, knuć, bezcześcić, wyjść na czymś jak Zabłocki na mydle, kraść, oszukiwać*. Назви фізичних ознак, наприклад: *czzerwony, jasny, okrągły, ostry, zimny*, навіть якщо вони посилаються на особливості матеріальних об’єктів, вони можуть означати оцінку, наприклад: *czzerwony sztandar, jasne niebo, okrągły stół, ostry kant stołu, zimny wiatr*. Кількісні назви можуть виконувати подібну функцію. Назви якостей, що відносяться до кількості, також часто мають оцінний відтінок. Крім того, лексична система має одиниці, в яких оцінний елемент домінує над репрезентативним елементом, наприклад: *ślamazarny, opieszaly*. Часто назва об’єкта є назвою значення, наприклад: *mądry, piękny, porządny, kompetentny, uczciwy*. Інша група відноситься до почуттів, наприклад:

*wspaniały, cudowny, beznadziejny*, вона є найбільш наближеною до чистого вираження емоцій.

До мови слід ставитись як до ефекту та інструменту людського сприйняття світу. Люди реагують подібно на подразники, що спричиняють первинні афекти, але різняться у своїй реакції на подразники, пов'язані з концептуальними стандартами, особливо аксіологічними стандартами, які базуються на абстрактних поняттях, що мають відмінні форму та значення в різних культурних колах. Мова, інструмент міжособистісного спілкування, накопичує та консолідує соціальний досвід, основою якого є множинні стосунки між людиною та усім, що становить навколишню дійсність. Цей соціальний досвід, що зберігається в мові, дозволяє людині користуватися мовою не лише для прийняття спеціальних рішень щодо форм існування цієї реальності, а й для її оцінки. Те, що в цьому контексті має особливе значення, це факт того, що семантична сторона мови є носієм часто прихованих, непрямих даних, соціально встановлених методів категоризації та оцінки реальності. Це здебільшого стосується лексики, словникового запасу даної мови [61, с. 67]. Тереза Смолкова вважає, що експресивні компоненти значення лексичних одиниць несуть два типи інформації:

1. інформація про емоції відправника (це вираз у вужчому розумінні),
2. інформація про стилістичні особливості виразності мовних знаків [71, с. 65].

Присвоєння назв емоціям, як і їх словесне вираження, здійснюється насамперед за допомогою спеціальної, емоційної лексики. З позиції семантики вона поділяється на афективні та конотативні лексеми. Перші виражають емоційний стан мовця безпосередньо і виражаються вигуками чи вставними словами. Вони найчастіше використовуються на початку висловлювання. Друга група лексем характеризується більшим усвідомленням висловлених емоцій. До цієї групи належать прикметники або підсилюючі частки [8, с. 156]. На цьому етапі варто звернути увагу на особливе значення метафор, порівнянь та гіпербол. Повторення також є важливим елементом у процесі спілкування, оскільки

допомагають відправнику висловити свій емоційний стан адресату та привернути увагу адресата.

Загалом, вказується два основних типи вербалізації виразності словникової одиниці – явна та неявна. Неявні лексеми – це слова, у яких слід вгадувати сенс і, крім того, емоційність, виходячи з контексту. Вони протиставляються явним лексемам, емоційний характер яких безпосередньо виражений. У цій групі ми також можемо розрізнити емоційні ознаки, які призначені для вираження емоційних станів відправника. На відміну від них, експресивно виражені лексеми, семантично мотивовані, залежать від контексту і мають виразне звучання. “Емоційна природа цих слів пов’язана із створенням нових значень, що описують нові явища дійсності” [70, с. 52].

Тип номінації також може бути мотивований психологічним станом відправника. Для того, щоб мати емоційну семантику, слово має мати реальні або віртуальні оцінювальні елементи у своїй семантичній структурі. Нейтральна лексика, позбавлена емоційного відтінку в мові, може стати функціонально емоційною в мовленні. Це активує емоційний потенціал, який неявно має кожне слово та значно розширює емоційний словниковий запас.

Емоційно-експресивна лексика постійно розвивається як частина мовної діяльності. Артур Рейтер виділяє чотири основних типи розподілу емоційно забарвлених лексем:

1. Повна стійкість лексеми – коли слово залишається у словнику в незмінному значенні та має експресивний характер.
2. Відносна стійкість лексеми – коли слово зазнає певної семантичної або формальної модифікації, воно тим не менше залишається емоційно забарвленим.
3. Потенційна відносність лексеми – коли слово може бути утворене в будь-який момент у заданій формі та виконувати експресивну функцію.
4. Зникнення лексеми – коли слово повністю скорочується, “випадає” з лексичного запасу або втрачає експресивне забарвлення і переходить до нейтральних одиниць [67, с. 95].

Далі вчений вказує на синтаксичні категорії та дискурсивно-прагматичні стратегії, які відіграють значну роль у контекстному акценті на виразному значенні лексеми:

1. Редунданція (надмірність). Часто підтвердженням емоційного забарвлення виразу є посилення на враження надмірності (часто очевидне). Тут слід згадати такі сигнали виразності, як: синонімічний ряд чи синтаксичний ряд, які є чітким контекстуальним знаком саме завдяки нагромадженню, в якому суттєво підкреслюється виразний характер лексеми.
2. Конгруентність. Основними є контекстуальні сигнали виразності, засновані на припущенні, що дана лексема та інші одиниці мікроконтексту є доречними; до них належать: порівняння, означення, деякі займенники та описова лексика (відповідної тематики). Ці сигнали залишаються конгруентними на основі семантичної подібності (найчастіше вони відображають подібні конотації), а отже, окремі елементи мікроконтексту доповнюють один одного.
3. Дисонанс. У цей момент слід було б згадати, насамперед, сигнал, що полягає у співіснуванні експресивної лексеми з іншою, заснованою на принципі контрасту, частково також градації. Таке зіставлення з чіткими аксіологічними основами дає змогу виділити значуще в даному контексті позначення експресивної одиниці, посиляючись на цінності (що є притаманними культурним та комунікативним спільнотам), означень та їх номінативних еквівалентів.
4. Суб'єктивність. Важливим елементом, що сигналізує про емоційне позначення лексеми, є суб'єктивність повідомлення, що розуміється як загальноновизнана присутність фактора (найчастіше адресанта), що представляє культурну та комунікаційну спільноту. До таких контекстних сигналів належать: метатекстуальні сигнали та сигнали прагматичного характеру, що виникають поза певним контекстом використання [67, с. 83].

## Висновки до розділу I

У першому розділі детально розглянуто основні аспекти лінгвістичних досліджень емоційно забарвленої лексики, особливості вивчення даної лексики у мовознавстві та розглянуто мовний образ емоцій. Розглянуто особливості дослідження емоцій у контексті антропоцентричної парадигми, Емоційна лексика вважається одним із найширших та найскладніших словесних ресурсів майже в кожній мові. Основним терміном, необхідним для опису мови почуттів, є емотивність, що розуміється як особливість характеру емоційно забарвленого висловлювання.

В мові та висловлюванні є три рівні: ідеаційний, інтерактивний та метадикурсивний. Ідеаційний (репрезентативний) рівень охоплює те, що говорить мовець. Інтерактивний рівень відповідає на питання, для чого мовець говорить. Тому тут важлива мета висловлювання та шляхи досягнення цієї мети: модальність, емоційність та функція дії. На інтерактивному рівні висловлювання функціонує як акт мови, а метадикурсивний рівень визначає спосіб говоріння мовця.

Висловлення почуттів – одна з інтерактивних функцій мовлення. У розпорядженні мови є засоби, що спеціалізуються на цій функції, наприклад: лексеми, фраземи, словотворчі суфікси, флексія, синтаксико-лексичні засоби, синтаксично-інтонаційні засоби.

Внаслідок змін наукових парадигм у мовознавстві, особливо актуальним став антропоцентричний підхід, який означає зміну напрямку дослідження з об'єкта на суб'єкт, тобто точкою відліку та орієнтиром є аналіз людської особистості як мовної та мовленнєвої, а також пошуки виявів людського чинника насамперед у мові.

Ідею антропоцентричного характеру мови в сучасній лінгвістиці можна вважати загальноприйнятною. Для багатьох лінгвістичних методів дослідження поняття людини в мові виступає як природний пункт відліку стосовно аналізованих мовних явищ та предметів. Принцип антропоцентризму в

мовознавстві доводить, що досягнення адекватної концепції сутності мови можливе лише у випадку вивчення сутності людини, яка усвідомлює себе, своє місце у світі та свою роль у практичній діяльності. Водночас пізнати людину неможливо без її мови. Ось чому діада “мова-людина” настільки важлива при вивченні лінгвістичних об’єктів, які повинні бути в центрі сучасних антропологічних досліджень.

Описуючи дискурсивно-прагматичні стратегії, які відіграють значну роль у контекстному акценті на виразному значенні лексеми, можемо виділити такі категорії, як: Редунданція – чіткі контекстуальні знаки, в яких суттєво підкреслюється виразний характер лексеми; конгруентність – порівняння, означення, деякі займенники та описова лексика (відповідної тематики); дисонанс – співіснування експресивної лексеми з іншою, заснованою на принципі контрасту, частково також градації; суб’єктивність – загальновизнана присутність фактора, що представляє культурну та комунікаційну спільноту.



## РОЗДІЛ II.

### СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНО ЗАБАРВЛЕНОЇ ЛЕКСИКИ У ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ

#### 2.1. Ядерні та периферійні зони семантичних полів

В основу концепції даного дослідження покладено теорію польової будови лексичної системи. Семантичне поле – термін, який використовується в структурній лінгвістиці для опису семантичної структури мови. Термін семантичне поле асоціюється з іменами німецьких та швейцарських лінгвістів, особливо Г. Іпсена, Й. Тріра та В. Порцига. Цей термін був введений Іпсеном в 1924 році, але саме Трір вважається творцем концепції семантичних полів [75, с. 42]. Окрім терміна семантичне (значеннєве) поле, існують також терміни лексичне (словотвірне) поле, понятійне поле, значеннєве поле та асоціативне поле.

Початки концепції семантичних полів можна знайти в працях Вільгельма фон Гумбольдта [9, с. 86], який стверджував, що пізнання дійсності відбувається через спектр мови, семантико-лексична структура кожної мови є “картою реальності”, що відображає дійсність лише правильно, поділивши та назвавши його. Людина насправді сприймає те, до чого її змушує мова, і тому образи світів людей, що говорять на різних мовах, несумісні, як і окремі мови несумісні. Ці концепції були повністю підтвержені пізнішими дослідженнями лінгвістів.

Автором першої повної концепції семантичних (значеннєвих) полів був Йост Трір. Найважливіші тези цієї концепції стверджували, що:

1. весь зміст, який може бути виражений даною мовою, розділений на деякі поля, а вони, в свою чергу, на менші поля;
2. мова призначає слова, що використовуються для вираження семантичних полів, що утворюють поля слів;
3. ці слова та поля, які вони створюють, охоплюють всю область змісту, а межі відокремлених підполів фіксовані;

4. значення даного слова залежить від усього змістового поля, а саме слово у відриві від інших членів поля втрачає сенс;
5. словниковий запас мови створює систему, в якій елементи значення взаємопов'язані [75, с. 90].

Ця система з часом внутрішньо змінюється – деякі слова зникають, виникають інші, але ці зміни спричиняють ще більші зміни у близькості значень, при яких решта слів залишаються в даному полі.

Концепції семантичного поля Тріра, засновані на парадигматичних відносинах, розробляв насамперед Лео Вайсгербер. Ця концепція, відома як теорія Тріра-Вейсгербера, стала основою сучасної семантики. Вона також пов'язана з концепцією асоціативних відносин Фердинанда де Сосюра (у його термінології парадигматичних відносин). Він вважав, що жоден вираз не є ізольованою одиницею – кожен є елементом мовної системи і пов'язаний, більш-менш тісно, з іншими одиницями системи, і перш за все з такими ланцюгами слів:

- з генетично спорідненими словами, наприклад: *czytać, czytnik, czytadło, czytanka, czytelny, czytelnia, czytelnik, czytacz, odczytać, odczyt, przeczytać*,
- зі словами з аналогічною морфологічною структурою, наприклад: *plytoteka, biblioteka, filmoteka, taśmoteka, kinoteka*,
- із синонімами та близькозначними виразами, наприклад: *chorągiew, flaga, sztandar, bandera*,
- зі словами, подібними за звуком (формою), наприклад: *adoptować - adaptować, pryncypalny - pryncypialny, oportunistą – opór* [2, с.157].

Джон Лайонз намагався уточнити термінологію творців концепції семантичних полів та лексичних полів у своїй праці, присвяченій семантиці. Структураліст-семантик, який слідує за де Соссюром, припускає, що значення кожної одиниці мови визначається її парадигматичними та синтагматичними зв'язками з іншими одиницями тієї самої мовної системи. Про лексеми та інші семантично пов'язані одиниці (синтагматично чи парадигматично) в межах даної мовної системи можна сказати, що вони є частиною одного і того ж (семантичного) поля, тобто вони є його елементами. Поле, елементами якого є

лексеми, є лексичним полем. Отже, лексичне поле є парадигматично та синтагматично упорядкованою підмножиною словникового запасу (тобто лексики). У найбільш далекосяжній версії теорії поля стверджується, що словниковий запас (słownictwo)  $S$  даної мови – це замкнутий набір лексем (leksem)  $L$   $S = \{L1, L2, L3 \dots Ln\}$ , який можна розділити на лексичні поля (pole leksykalne)  $\{PL1, PL2, PL3, \dots PLn\}$ , тобто до таких підмножин, для яких характерні: 1) спільна частина кожного елемента з двох підмножин є порожньою (жоден елемент не є елементом більше ніж однієї підмножини), 2) сума всіх полів у межах словникового запасу, дорівнює цьому ж словниковому запасу (кожна лексема є елементом якогось поля). Жодна мовна система не повинна відповідати обом цим умовам. Однак, звичайно, можна також включити обидві умови як однаково необхідні у визначенні поля [73, с. 90].

Серед польських вчених-мовознавців, що займалися вивченням теорії семантичного поля, насамперед можемо виділити: Д. Буттлера, Р. Токарського, В. Мьодунку, В. Пісарка.

Провівши аналіз та систематизувавши вищезгадані лінгвістичні концепції, можемо визначити, що семантичні поля мають властивість розпадатися на менші об'єднання, характеризуючись певними спільними ознаками, ці підструктури можемо кваліфікувати як семантичні мікрополя. Дуже важливим є питання складу мікрополя, а саме його ядра (семантичного центру) та периферії. У польській мові моделі семантичних мікрополів назв емоцій складаються з ядерної частини, до якої відносяться найбільш уживані лексичні одиниці, які несуть у собі основне значення, а також з периферії, до якої зараховуються лексичні одиниці, що мають у своїй смисловій структурі додатковий семантичний компонент та гіперсему [2, с. 215]. Таким чином, у даній праці було розглянуто семантичне поле назв емоцій, що складається з: семантичного мікрополя смутку, семантичного мікрополя страху та семантичного мікрополя радості (щастя).

### 2.1.1. Семантичне мікрополе радості

Переглядаючи різні концепції, запропоновані багатьма дослідниками, що розрізняють основні (первинні) емоції, та порівнюючи сукупність емоцій, що розглядаються ними як базові, можна помітити, що у всіх класифікаціях (що містять до дванадцяти різних емоцій) повторюються три, а саме: радість, смуток і страх.

Серед позитивних емоцій панує радість, для всіх людей, незалежно від того, якою мовою вони користуються і до якої культури вони належать, радість серед усіх позитивних емоцій є найважливішим афектом, мабуть, найбільш відчутним, правильно визначеним і правильно названим. Це може бути пов'язано з тим, що радість – це єдина позитивна емоція серед загальнолюдських емоцій, тобто тих, що передаються та вважаються зрозумілими для всіх людей у всьому світі.

Психологи-дослідники, які вивчають людські почуття, радість (або її еквівалент у формі щастя, рідше задоволення) майже однотайно класифікують, як основну (первинну) емоцію з позитивною валентністю та високим рівнем інтенсивності. Р. С. Лазар стверджував, що радість знаходиться поряд із задоволенням, завдяки простоті пізнавальних процесів, що ведуть до цих емоцій та є найпростішим емоційним станом [66, с. 37].

У польському мовознавстві перші спостереження та роздуми про значення терміна “радість” можна знайти у вже цитованій праці А. Вежбицької, яка насамперед порівнювала радість із задоволенням на основі зіставлення характерних рис. На думку дослідниці, порівняно із задоволенням, радість є більш динамічною (“Те, як існує радість, схоже на піднесення, порив, хвилю. [...] Радість – як потік, що мчить [...]”), глибше, ближче до душі, це відчуття найбільш характерне для людини. Для А. Вежбицької радість – це чистота, добро і краса, вона змушує людей діяти, долати себе, робити неможливі речі, дає їм крила, тому автор додає свої епітети “легка, повітряна і вільна” і погоджується з

Е. Фроммом, що “радість – це досягнення”, оскільки, перш за все, “вона передбачає внутрішні зусилля” [78, с. 40].

У “Нарисі семантичного поля почуттів” І. Новаковська-Кемпна помістила почуття з групи “Радість” серед почуттів-афектів, а отже, серед емоційних станів, що позначають почуття та емоції, а не установки, і в першу чергу вона класифікувала окремі лексеми та вислови: *cieszyć się, weselić się, radość, (czuć się) lekko, bezpiecznie, beztrasko, rad, kontent oraz uciecha* [SJP, с. 57]. Більше того, серед мовних показників почуттів від класу “Радість” І. Новаковська-Кемпна також включала: *ubawić się, radość z czyjegoś nieszczęścia i triumf*, зазначаючи, що у випадку почуттів, виражених цими трьома маркерами, радість є лише елементом цих почуттів [61, с. 55].

Лексико-семантичне поле почуттів із класу “Радість”, побудоване на основі досліджуваного матеріалу, належить до найчисленніших сфер лексичного запасу, оскільки воно складається з іменників, що належать до трьох лексичних груп: перша – представлена домінантою поля, тобто *radość*, та дві її похідні у формі іменників *rozradowanie* і *uradowanie* [SJP, с. 87]. Ще два іменники у складі цього поля є похідними від дієслова *cieszyć się* (бути щасливим) – *uciecha* і *ucieszność* [SJP, с. 272], інші два – *wesele* і *wesołość* [SJP, с. 356] – походять від прикметника *wesoły*. З іншого боку, інша половина іменників аналізованої галузі – це лексеми, які не можна віднести до жодної групи, адже вони відрізняються за етимологією – це, однак, назви почуттів із групи “Радість”, які диференціюють ці переживання за тривалістю – настроєм або за вольовим ставленням – готовністю.

Клас прикметників враховує лексеми, які є без винятку похідними від згаданих назв почуттів аналізованого поля, і це такі форми: *rad, radosny, ucieszny, weselny oraz wesoły (wesół)* [SJP, с. 287]. До складу аналізованого поля також входять прислівники: *ochotnie, radośnie, weselnie i wesoło* [SJP, с.288].

Лексико-семантичне поле почуттів із групи “Радість”, як і багато інших сфер, має, безумовно, словесний характер, оскільки налічує найчисленніший клас мовних частин розглядуваного поля – *bawić, bawić się, cieszyć, cieszyć się*,

*nacieszyć, nacieszyć się, poweselić, promienieć, radować, radować się, rozpromieniać się, rozradować się, śmieszyć, ubawić się, ucieszyć, ucieszyć się, uradować się, uśmiechać się, weselić się i wrzeć*, пасивні дієприкметникові звороти: *rozbawiony, rozpromieniony, rozradowany, uradowany oraz ucieszony* [SJP, с 254].

До загальних симптомів, які відчувають ті, хто відчуває радість, належать: зміна серцевого ритму (*zamarło jej serce z radości*), посмішка або сміх (*uśmiechał się radośnie; zaśmiał się radośnie*), досить часто плач (*ona była zapłakana z radości i szczęścia*) та зміни у тому, як вони дивляться на людей та навколишній світ (*jej oczy rozbłyskiwały radością*). Радість може бути також відчуттям, яке через свою інтенсивність важко контролювати, оскільки це, як правило, глибоке емоційне переживання, що має значний вплив на суб'єкта та його психіку: воно може притупити почуття (*ogłuszony radością*), тимчасово позбавити суб'єкта свідомості (*nieprzytomny z radości*), впливати на неконтрольовані реакції суб'єкта, особливо на ті, що відбуваються всередині нього (*roztrzęsiony radością*) (Newsweek, 41 – 20.10.2020).

### 2.1.2. Семантичне мікрополе смутку

Смуток не завжди і не скрізь трактувався однозначно як негативна емоція. У середньовічні часи, чернці вважали це чеснотою, а в Англії 17 століття люди з гордістю говорили про свою печаль в щоденниках, які вони залишали. Також сьогодні смуток не є абсолютно негативним станом у всіх культурах, особливо це прослідковується серед деяких азіатських суспільств.

У галузі психології смуток майже однотайно класифікується як основна емоція, тобто така, яку “люди переживають у всіх культурах подібним чином”. Р. С. Лазар вважає, що основна реляційна тема смутку – це незворотна втрата, хоча вона може бути не постійною, а може навіть очікуватися в майбутньому. Це відчуття супроводжується відсутністю мотивації до будь-яких дій, і його тривалість, як правило, більша, ніж у випадку з іншими емоціями, спонукала дослідника подати пропозицію трактувати смуток як настрій. Через те, що

смуток також може бути реакцією на події соціального характеру (наприклад, втрата соціального становища), дослідник вважає його екзистенціальною емоцією [66, с. 84].

У своїй роботі, присвяченій роздумам над значенням мовних виразів почуттів польською мовою, А. Вежбицька не присвячувала окремого розділу смутку, але в частині, присвяченій задоволенню та радості, вона дала визначення смутку – відчуття протилежне радості. Сум, за її словами – “коли ми відчуваємо, коли виявляємо, що те, що ми хотіли, не відбувається”. Дослідниця визначила бажання, як і радість, найважливішою частиною пояснення смутку, за винятком того, що радість є відповіддю на здійснення бажань. Переживання смутку приходить від усвідомлення того, що бажання не виконується. Визначення А. Вежбицької, в загальному розумінні, не відрізняється від пропозицій, представлених психологами. Різниця полягає лише у виборі мовних засобів, що використовуються для опису емоцій – під “те, чого ми хотіли, не відбувається” може розумітися неприємна подія або якась втрата [78, с. 40].

І. Новаковська-Кемпна виділила дві “групи смутку” за емоційними станами від класу “Смутку” в “Нарисі семантичного поля почуттів”, включаючи одну до почуттів-емоційних установок, а іншу до почуттів-афектів. Цей спосіб класифікації назв емоційного стану смутку вказує на те, що дослідниця бачила у деяких словах ставлення, що називає почуття з групи “Смутку”, тоді як до інших ставились як до почуттів, серед яких були апатія, байдужість і пригніченість, а “група смутку” містить предикати, що стосуються печалі, та як почуття включає: *troskę, smutek, chandrę, rozpacz, udrękę, zdruzgotanie* [SJP, с. 263] та предикативно укладений вираз *rozbity wewnętrznie*. У цій групі автор також виділила підгрупу смутку, в яку вона помістила вирази, які вона вважає є подібними до смутку: *uczucie braku, niepewności, krzywdy, niedosytu, niezrozumienia, otumanienia, samotności, opuszczenia* [SJP]. Дослідниця також вказала кілька важливих ознак, які суттєво вплинули на значимість предикатів у визначених групах, і дозволили їй віднести ці предикати до згаданих груп. Важливою є форма оцінки події, що викликає афект, який у випадку лексичних маркерів смутку завжди включає

негативну оцінку. Сама подія, яка є предметом оцінки, відбувається одночасно з переживанням афекту, тобто кожен емоційний стан із групи “Смутку” – це завжди пряма реакція на подію, що сталася або яка не відбулася, оскільки смуток часто є результатом неможливості очікуваної ситуації. Лінгвістка також зазначила, що смуток може бути реакцією на усвідомлення суб’єктом того, що бажана подія (коли вона хороша) або небажана (коли вона погана) повинна відбутися або не відбудеться, отже, смуток називає відчуття нездійсненності чогось [61, с. 50].

Порівняно з багатьма іншими сферами, лексичне та семантичне поле почуттів із групи “Смутку” представляється надзвичайно багатим та різноманітним словесним ресурсом. У прийнятому поділі кожного поля на частини мови назви почуттів із групи “Смутку”, тобто іменники становлять численну, хоча і не найчисленнішу групу лексики. Окрім домінантного поля, яким є смуток, використовується ще десяток інших назв: *markotność, matyjaśność, melancholia, posepność, przygnębiecie, smętek, smutność* [SJP].

У плані прикметників та прислівників зафіксовано такі прикметники: *markotny, melancholijny, mroczny, posepny, smętny, smutnawy, smutny, przesmutny i żalobny*, а також прислівники: *markotnie, markotno, matyjaśnie, melancholijnie, posepnie, rzewnie, smętnie, smutnie, smutno* [SJP], більшість – похідні від почуттів групи “Смутку”.

Найчисленнішою групою лексики цієї сфери є дієслівні форми. Серед них дієслова, що функціонують у вихідних текстах в особових формах або у формі інфінітива: *ciemnieć, dojmować, markocić, markocić się, matyjasić się, obciążać, otracać się, posmutnieć, przygnębiać, smucić, smucić się, sposępnąć i zmącić się. Інші частки: dojmujący, nachmurzony, omroczony, pomarkotniały, przesmutcony, przygnębiający, przygnębiony, przytłaczający i zachmurzony* [SJP], серед яких є активні та пасивні дієприкметникові частки майже у рівних пропорціях.

Весь словниковий запас, зібраний у лексико-семантичному полі почуттів з класу “Смутку” можна розділити на кілька груп. Найчисленнішими серед них є похідні від домінуючого поля (*smętek, smutek, smutność, posmutnieć, smucić,*



*smucić się, smętny, smutnawy, smutny, przesmucony, przesmutny, smętnie, smutnie, smutno*) [SJP]. Усі ці лексеми називають прототипову форму емоційного стану смутку, хоча між деякими словами цієї родини існують незначні семантичні відмінності, що вказує, серед іншого, на інтенсивність афекту та специфіку обставин, за яких з'являється різноманітність афекту (смуток та його похідні), і про ці відмінності свідчить наявність словотворчих морфем або чергування в корені.

Сум дуже часто асоціюється зі смертю, можливо тому, що в загальній свідомості це сприймається як основна і найпоширеніша реакція на смерть, особливо коханої людини (*smutek dziwnie bolesny, smutek łez niewyplakanych, smutek jaki ogarnia ludzi po stracie najdroższych, smutek ścisnął jej serce*). Це також пов'язано з відсутністю надії (*wszystkich omroczył ciężki, beznadziejny smutek*), а отже, це призводить до розчарування (*zachęcenia tak mgnieniowe zalewały mi serce smutkiem*). Іноді це супроводжується страхом (*z lęklwym smutkiem odwracano od nich oczy*), а іноді це реакція суб'єкта, усвідомлюючи свою важку ситуацію (*ostatnie nici łączące ją ze światem, że rwą się i zalewają ja ciężkim, przytłaczającym smutkiem osamotnienia*). Це також може бути спричинене усвідомленням невизначеного майбутнього (*smutek jutra mroczy im dusze*). Лише декілька наведених прикладів підтверджують попередні висновки про те, що цей стан є реакцією на брак (наприклад, *spowodowany śmiercią*), на невиконання, неможливість виконання якоїсь дії, хоча б тому, що смуток відбиває суб'єкта від них. Це пов'язано із занепокоєнням, страхом та смиренням, що часто виникає внаслідок переконання, що те, що сталося, незворотне (Wyborcza, 15 – 10.09.2020).

### 2.1.3. Семантичне мікрополе страху

Страх і переляк в психології трактуються як два окремі емоційні стани, хоча тісно пов'язані між собою, оскільки обидва є результатом віри суб'єкта в певну загрозу, яка безпосередньо стосується його. Однак основна різниця між

ними полягає насамперед у причині – страх – це емоція, яку можна визначити як “відповідь на пряму, реальну, фізичну загрозу”, він має зовнішню причину, тому Р. С. Лазар звів основну реляційну тему цієї емоції до форми “негайної, конкретної та переважної фізичної загрози”. Переляк, у свою чергу, є “відповіддю на невизначену загрозу, він пов’язаний з переживанням невизначеності”, тобто його причина криється в предметі, що також було відображено в реляційній темі, сформульованій як: “невизначена екзистенційна загроза” [66, с. 85]. Ще одна відмінність цих емоцій впливає з того, як вони класифікуються – страх майже одностайно вважається основною емоцією (деякі списки включають її більш-менш інтенсивні різновиди), тоді як переляк не був включений ні в одну з пропозицій виокремлення таких емоцій, що в той же час вказує на те, що це емоція, яка складається не лише із самого страху.

Спроби семантично визначити це поняття можна знайти в декількох дослідженнях та статтях. А. Вежбицька включає кілька визначень почуттів із групи “Страх” (тобто страх, тривога, переляк і застереження). Вона представила семантичні значення поняття “страх” у формі експлікації речення: “Він боїться”, яке вона розуміла як: “він відчувається так, як ми зазвичай відчуваємось, коли думаємо, що з нами може трапитися щось погане, і ми не хочемо, щоб це сталося”. А. Вежбицька так само визначила страх і тривогу, з тією різницею, що місце “ми хочемо” в експлікації страху займає – “ми прагнемо”. З іншого боку, страх також має певне прагнення за своїм значенням, але на відміну від інших почуттів, він базується не на почутті, а не на мисленні (“я боюся, я думаю, що може статися щось, що я бажаю, щоб цього не сталося”) [78, с. 45].

І. Новаковська-Кемпна також вказувала, що застереження (тип страху найменшої інтенсивності) є складовою багатьох інших складних емоцій, напр. сумнів, задрість, огида, огида, відчай [61, с. 52].

Лексико-семантичне поле почуттів із групи “Страх”, розроблене на основі досліджуваного матеріалу, є одним із найчисленніших. Окрім домінантного поля – страху – існують також інші назви: *bojaźń, gorąc, groza, lęk, obawa, przerażenie, przestrasz, strachanie, trema, trwoga, war, zalęknienie, zgroza* [SJP], більшість з

яких є або синонімами страху, або називають різновиди страху, що відрізняються інтенсивністю.

Порівняно з усією лексикою аналізованого поля, велику групу складають прикметники: *lękły, zalękły* [SJP], та прислівники: *lękliwie, przeraźliwie, strachliwie, strasznie, straszno, trwożliwie i trwożnie* [SJP].

Словесний характер розглянутого поля підкреслюється кількістю дієслівних форм, особовими дієсловами: *bać się, bojać się, lękać się, mrozić, nastraszyć, obawiać się, przerażać, przestraszyć, przestraszyć się, przetrwożyć, straszyć, struchleć, strwożyć się, truchleć, trwożyć, trwożyć się, ulęknąć się, ustraszyć, wagować się, wystraszyć się, zalęknąć się, zatrwożyć się, zdrętwieć, zląknąć się i zmartwieć* і дієприкметники: *przerażający, przerażony, przestraszony, przestraszony, przetrwożony, sparaliżowany, spłoszony, strwożony, strwożony, strwożony, wystraszony, wystraszony, zalękniony, zastrachany, zastraszony, zatrwożony, zestrachany* [SJP].

Перевірка лексики дозволяє зробити висновок, що в системі, зібраній в обговорюваних джерелах, переважають кілька лексичних груп, що належать до окремих словотворчих сімей. Основна сім'я складається з одиниць, зосереджених навколо іменника страх, який зазвичай розглядають як найважливіший вираз семантичного поля страху, і тому основними рамками лексики цієї збірки є експоненти: *strach, strachanie, straszyć, strachliwy, straszliwy, straszny, strachliwie, strasznie, straszno oraz formy prefiksalne: nastraszyć, przestrach, przestraszyć, przestraszyć się, przestraszony, ustraszyć, wystraszyć, wystraszony, zastrachany, zastraszony, zestrachany* [SJP].

Почуття страху іноді несвідоме (*jakoś nieświadomie bała się zagłębiać w myśli*), а іноді, коли воно усвідомлене, це може відчуватися як афект різної інтенсивності, від легкого, у рідкісних випадках, до максимального відчуття (*każdego występu boję się jak ognia*). У виняткових випадках це може мати позитивний вплив на особу, оскільки може надати їй мужності та мобілізувати до дії (*ale krzepił ją strach, by z gospodarki nie wysadzili*) (Newsweek, 10 – 10.02.2020).

## 2.2. Етимологічний аналіз емотивних назв

Продовжуючи дослідження семантичних полів назв емоцій у польській мові слід звернути увагу на етимологічний аналіз вищезгаданої лексики, задля визначення початкового значення, походження, форми та культурного значення.

В етичній системі, розробленій Арістотелем, радість поряд із занепокоєнням, болем, ненавистю і сумом займали важливе місце в процесі морального виховання, яке філософ розумів як виховання почуттів. У своїй класифікації людських почуттів Арістотель визначив радість як пристрасть (сьогодні можна сказати: почуття та емоції) – один із трьох типів явищ у психічному (емоційному) житті людини [89, с. 106].

Набагато більше інформації про радість можна знайти у Декарта, який у своїй роботі про пристрасті душі дав їй визначення радості. Слід зазначити, що Декарт включив радість до первісних почуттів, тобто тих людських емоцій, які пробуджують інші або є їх різновидами. Декарт розрізняв два типи радості – духовну (інтелектуальну) радість, яку він назвав радістю в добрі, і яка тотожна радості в сучасному розумінні цього терміну, і радість, “яка є пристрастю” (пов’язана з людським тілом). Для філософа перший вид радості був не що інше, як “приємне зрушення у душі, яке полягає в тому, що вона захоплюється добром, представленим їй враженнями мозку”. Декарт побачив у радості емоції, корисні для людини в повсякденному житті – завдяки їй людина зміцнює своє тіло, спонукає його діяти та вдосконалюватися – і на тлі негативних емоцій, які мають захисні реакції, кодовані в процесі еволюції в небезпечних для життя ситуаціях, корисність радості стосовно негативних емоцій здається непропорційно низькою. Варто згадати, що одну із частин своєї праці Декарт присвятив різноманітній радості у формі втіхи. Під цією концепцією він розумів радість, солодкість якої “посилується пам’яттю про пройдені нещастя, від якої ми відчуваємо полегшення, подібне до того, як ніби ми позбулися якогось важкого тягара, який довго несли на своїх плечах” [88, с. 106].

Видатний філософ Спіноза приділив багато уваги радості в своїй праці “Етика”, мабуть, тому, що вважав її однією з найважливіших, поруч із бажанням і смутком, людськими емоціями. Сама радість була визначена Спінозою як “перехід людини від меншої до більшої досконалості”, де термін “перехід” був зрозумілий творцем цього визначення як акт, при якому у випадку радості сила людських дій збільшується або прискорюється (посилується, підтримується), на відміну від смутку, при якому вона зменшується або загальмовується. Спіноза, як і Декарт, також намагався з’ясувати значення радості в людському житті, і в своїх міркуваннях він дійшов висновку, що радість є безпосередньо корисною і позитивно впливає на тих, хто її відчуває, оскільки вона “збільшує або підтримує силу тіла”, усуває або значно зменшує інтенсивність негативних емоцій та їх наслідків [88, с. 107].

Д. Юм вважав, що людський розум, керуючись вродженим інстинктом, завжди прагне з’єднатися з тим, що добре, або уникнути поганого. Виходячи з цього припущення, він побачив прямий зв’язок між добром і радістю. Про це свідчить той факт, що він класифікував цю емоцію серед прямих почуттів, тобто “вражень, що виникають безпосередньо проти добра чи зла, проти болю чи задоволення” [84, с. 322].

Дослідження етимології польської лексики потребує залучення розробок А. Брюкнера, а саме “Етимологічного словника польської мови”. Автор подає таке визначення “радості” та суміжного поняття “щастя”:

**rad**, *nierad* кому; *radość*, używane pierwotnie w liczbie mnogiej (jak w łac., małorus. i i.): *radości*; *radosny*, *radować się*; *rado*, ‘chętnie’; *radziej i radniej*, ‘raczej’; ind. *ardh-* ‘darzyć się, zadowalać’, grec. *alhomai*, ‘zdrowieje’, *alhaino*, ‘uzdrawiam’. Z danych postaci wymieniam pierwotne *radostny* w psalterzu i biblji; *radek* (jak *sobek* itp.), ‘co się raduje, cieszy’ [SEJP, с. 170].

**szczęście**, *szczęsny*, *szczęstnie* w psalterzu, *nieszczęście*; *szczęśliwy*, *uszcześliwić*; w 15. i 16. wieku nieraz stale bez nosówki: *szczęście*; właściwie *s-część* (mieć ‘udział’, rus. *uczastije*); u innych Słowian ‘szczęście’ nazwane od ‘spotkania’, *sreća* (p. *śratać*), albo jak u nas: rus. *szczęstije*, *szczęśliwyj*, czes. *szczęsti*, *szczęstný*; w

bułg. i serb. *czest jest 'częścią' i 'szczęściem', czestitati, 'gratulować'*. Jeszcze w psalterzach tłumaczy *szczęście* 'sortes', 'losy', florjański daje *część*, puławski *szczęście*. P. *częsty* [SEJP, s.205].

Філософ Рене Декарт, який класифікував смуток одним з шести основних емоцій, виділив два його типи – смуток як емоцію, назвавши її “неприсмною слабкістю, яку душа відчуває в результаті зла чи нестачі, яку мозок переживає як свою власну” та “інтелектуальний смуток”, який не є почуттям, але постійно супроводжується відчуттям смутку [88, с. 40].

Б. Спіноза розглядав смуток як пасивний стан (стримуючий силу дії), негативний (хоча і не у всіх його варіаціях), який, залежно від ступеня збудження суб'єкта, може набувати двох “форм” – болю та меланхолії. Як і Декарт, Спіноза також пов'язував смуток зі злом, стверджуючи, що саме усвідомлення зла є наслідком смутку. Філософ поєднав цей афект з ненавистю та антипатією, співчуттям, огидою та ганьбою, покаєнням та смиренням, а також кількома іншими емоціями, складовою яких є сум. Б. Спіноза бачив причини насамперед у втраті чогось або когось, обдарованого симпатією чи любов'ю, і бачив предмет суму як у конкретної людини, так і в будь-якому об'єкті [84, с. 573].

Д. Юм також помітив взаємозв'язок смутку зі злом – він класифікував смуток як прямі почуття, тобто ті, що мають прямий зв'язок із добром і злом, і пояснював його виникнення ймовірністю появи зла [88, с. 32].

Словник А. Брюкнера подає таке визначення етимологічного значення “смутку”:

**smętny**, *smętek*, *zasmęcić* (mylnie *smętarz*, p. *cmentarz*); oboczne do *smutny*, *smutek*, *zasmucić*; p. *męt*; *smętek* i nazwa 'złego, trapiducha'; *smęcien* (jak *winien*).

**smucić**, *smutek*, p. *męt* [SEJP, с. 200].

Страх, класифікований Арістотелем як здатність, тобто в сучасному розумінні цього терміна як почуття, займає ключове місце в його етиці, оскільки він нерозривно пов'язаний з поняттям хоробрість, що також впливає на те, як він класифікується в концепції людських почуттів Арістотеля – страх протилежний мужності. Філософ сприймав його як “смуток і занепокоєння, викликані ідеєю

майбутнього нещастя. Побачивши його зв'язки з надією, Арістотель розглядав помірний страх як добру емоцію, оскільки він помітив, принаймні за деяких обставин, його позитивний вплив на людей, наприклад, він заважає людям чинити зло, спонукає їх шукати рішення у важких і загрозливих ситуаціях, і гальмує імпульси, що виникають внаслідок надмірної мужності. Він писав, що людина боїться усього поганого, тому страх не повинен викликати сорому, “бо є речі, боятися яких є навіть благородним, а не боятися – чимось ганебним” [84, с. 35].

Філософ Фома Аквінський класифікує страх, ототожнюючи його з гнівом і зіставляючи його з протилежною мужністю. У страху він побачив емоційну реакцію на зло, яке надзвичайно важко подолати [88, с. 58].

Натомість Декарт писав лише про переляк, і це поняття слід розуміти не лише як страх низької інтенсивності, а й страх загалом. Філософ назвав це “схильністю душі пробуджувати в собі переконання, що чогось не вдасться досягти”, і вбачав у ньому протилежність надії, тобто віру в те, що об'єкт бажань буде досягнутий. Він чітко підкреслив, що залежно від ставлення суб'єкт може відчувати обидва емоційні стани одночасно, але трапляється і так, що відчувається лише переляк. У цьому випадку переляк зазвичай призводить до відчаю, оскільки за відсутності надії він посилюється в інтенсивності, перетворюючись у відчай [88, с. 29].

Б. Спіноза тісно пов'язав страх з надією – він стверджував, що “немає надії без страху, або страху без надії”. Ця залежність безпосередньо впливає з визначення цього афекту, яке філософ розумів як “нестабільний смуток, похідний від ідеї майбутнього чи минулого, у результаті якої ми певною мірою сумніваємось”. Сум, про який йдеться у визначенні, що виникає внаслідок сумнівів щодо існування речі, є результатом впливу невизначеності на надію - якщо хтось має лише надію, а ця надія все ще сумнівна, то він відчуває сум, бо боїться, що бажане не здійсниться [84, с. 67].

Кілька зауважень щодо переляку і страху як двох різних, але пов'язаних афектів з'являються в трактаті Д. Юма, який класифікував переляк як пряме

почуття, тобто пряму реакцію на добро і зло. Д. Юм проповідував, що переляк, який завжди приходить з невизначеністю, буває багатьох різновидів та ступенів, одним із яких є страх (разом із тривогою та здивуванням) [84, с. 58].

Словник А. Брюкнера подає таке визначення етимологічного значення “страху”:

**strach**, *straszyć, straszyno; straszny; nieustraszony; strachailo; strachować* (15. wiek), *strachowisko, strachowity, strachliwy, straszyny* (biblija); *postrach, przestach; prasłowiańskie* (u Łużyczan bez s-: *trach*); *cerk. strach*, itd.: *zgrubiałe do strad-*, р. *Stradać* [SEJP, с. 238].

### 2.3. Закріплені традиційні уявлення та смислова еволюція емотивних назв

Серед проаналізованих лексичних одиниць *radość* має досить широкий діапазон асоціативно-образних контекстів, на основі яких можна відтворити властиву польській мовній свідомості концептуалізацію цього емоційного стану. Так, радість у мовній картині світу поляків уявляється як:

- субстанція (вода, вино), яка наповнює душу / тіло людини: *ktos jest wypelniony /przepelniony radością, ktoś ma oczy pełne radości, coś napawa kogoś radością, radość upaja / zalewa kogoś, czyjeś serce, ktoś jest pijany z radości, ktoś wpada w radość, fala radości; tryskać wesolością* (Wyborcza, 16 – 12.01.12);
- вогонь: *ktos rozpala radość w kimś, radość tli się w sercu, czyjeś oczy iskrzą się radością / z radości; radość płonie w kimś* (Newsweek, 41 – 13.10.2020);
- сила, що підносить людину вгору, окрилює її; птах: *radość podnosi kogoś na duchu, uskrzydla kogoś, komuś rosną skrzydła u ramion z radości, ktoś jest cały w skowronkach / wniebowzięty / w siódmym niebie* (Wprost, 14 – 3.06.2007);



- світло, сонце: *błysk radości, radość opromienia czyjaś twarz, promień / promyk radości, ktoś promieniuje radością, oczy kogoś świecą się radością: jaśnieć / promieniować wesołością* (Wyborcza, 16 – 12.01.12).

Асоціативно-образні контексти з аналізованими назвами емоційно-афективних станів дозволяють стверджувати, що переживання з мікрополя смутку концептуалізуються в польській мовній свідомості як:

- Рідка або летюча субстанція, яка наповнює або огортає тіло людини: *ktoś jest wypełniony smutkiem, smutek przepelnia kogoś / wypełnia kogoś po brzegi; smutek rozlewa się na twarzy; coś napawa kogoś żalem; patrzeć oczyma pełnymi tęsknoty, tęsknota wieje od kogoś; melancholia wieje skądś; wypić kielich goryczy, natykać się goryczy, a також bezbrzeżny / bezdenny smutek, żal, fala smutku* (Newsweek, 40 – 17.09.2020);
- Ворожа сила по відношенню до людини: *smutek atakuje / bierze / zdejmuję kogoś; napada / nęka / pożera / rani kogoś, przeżera kogoś / czyjeś serce / czyjaś duszę; ściska komuś serce / rozdziera, rozrywa czyjaś pierś; tęsknota pożera kogoś / ssie duszę / trawi kogoś, walczyć z tęsknotą; nostalgia żera kogoś; żal chwyta / pochwycił kogoś, rozdziera komuś piersi / ściska gardło, serce* (Newsweek, 40 – 17.09.2020);
- Холод: *komuś zrobiło się zimno wokół serca, chłód przeszył czyjeś serce (ze smutku)* (Wyborcza, 16 – 12.01.12);
- Тягар, щось важке, що тисне на людину, тягне її донизу: *smutek kładzie się się kamieniem na duszy; smutek ciąży komuś na sercu / na duszy / na piersiach; smutek przygnębia / przygniata / przytlacza kogoś; komuś jest ciężko na sercu; czyjaś głowa ciężko opada na piersi (ze smutku)* (Wprost, 14 – 3.06.2007);
- Слабке світло, морок, туман, хмара: *smutek zamglil oczy, mgła smutku ogarnia kogoś, chmura smutku, smutek mroczy czyjeś oczy / omracza czyjaś twarz, serce; ktoś jest mroczny / przygaszony / zgaszony / pochmurny.* (Newsweek 40 – 20.09.2020);

- Сильний, нестерпний біль; хвороба: *serce krwawi się ze smutku / z żalu, ktoś czuje piekący ból wokół serca ze smutku, bolesna / nieukojoną / głucha tęsknota, cierpieć / chorować na nostalgię, umrzeć z tęsknoty* (Wyborcza, 16 – 12.01.12);
- Їжа: *karmić /napawać kogoś smutkiem, najeść się / natykać się goryczy* (Newsweek 40 – 20.09.2020).

Характерним для досліджуваного мікрополя є також зіставлення суму, печалі з чорним кольором (*czarna rozpacz, czarny smutek*) і гірким смаком (*gorzki smutek*). (Newsweek 39 – 10.09.2020);

Переважна більшість лексем, належних до мікрополя страху, має значну кількість похідних та характеризується достатньо широкою сполучуваністю. Образні контексти з аналізованими найменуваннями свідчать про те, що страх у мовній картині світу поляків уявляється як:

- Рідка або газоподібна субстанція, яка наповнює, огортає тіло людини: *strach napelnia kogoś, coś napelnia / wypełnia czyjeś serce strachem, ktoś jest przepelniony strachem; niepokój wieje (skądś), fala lęku* (Wyborcza, 16 – 12.01.12);
- Холод: *zimny pot oblewa kogoś, ktoś poczuł zimny pot na plecach, ktoś poczuł chłód / lód wokół serca, struch studzi krew, krew krzepnie / stygnie / zastyga w czyichś żyłach, lodowaty strach* (Polityka – 17, 10.09.2020);
- Хижа істота, яка, як правило, вороже налаштована по відношенню до людини: *strach bierze/ chwyta / łapie / pochwyił kogoś (za gardło, za krtań, za piersi, za serce); dławi kogoś (za gadło, za krtań); strach miota kimś / napada kogoś / obezwładnia kogoś/ odbiera komuś mowę; trwoga ciśnie serce / obezwładnia / opanowuje /zdejmuje kogoś /pada na kogoś / owłada kimś; ktoś jest miotany /ogarnięty /zdjęty trwogą* (Newsweek 39 – 10.09.2020);
- Зерно: *siać / posiać strach, niepokoj, trwogę, panikę, popłoch* (Polityka – 17, 10.09.2020);
- Їжа: *najeść się/ natykać się strachu* (Wyborcza, 16 – 12.01.12);

- Хвороба: *strach paralizuje kogoś, umierać ze strachu, śmiertelne przerażenie; chorobliwa, szalona, smiertelna trwoga* (Polityka – 17, 10.09.2020).

## Висновки до розділу II

У другому розділі проведено структурно-семантичний аналіз емоційно забарвленої лексики, в основу концепції даного дослідження покладено теорію польової будови лексичної системи. Творцем концепції семантичних полів вважається Йост Тріп. Головними тезами даної концепції є те, що: весь зміст, який може бути виражений мовою, розділений на деякі поля, а вони, в свою чергу, на менші поля; мова призначає слова, що використовуються для вираження семантичних полів, що утворюють поля слів; ці слова та поля, які вони створюють, охоплюють всю область змісту, а межі відокремлених підполів фіксовані; значення даного слова залежить від усього змістового поля, а саме слово у відриві від інших членів поля втрачає сенс; словниковий запас мови створює систему, в якій елементи значення взаємопов'язані.

У найбільш далекосяжній версії теорії поля стверджується, що словниковий запас (słownictwo) S даної мови – це замкнутий набір лексем (leksem)  $L S = \{L1, L2, L3 \dots Ln\}$ , який можна розділити на лексичні поля (pola leksykalne)  $\{PL1, PL2, PL3, \dots PLn\}$ , тобто до таких підмножин, для яких характерні: 1) спільна частина кожного елемента з двох підмножин є порожньою (жоден елемент не є елементом більше ніж однієї підмножини), 2) сума всіх полів у межах словникового запасу, дорівнює цьому ж словниковому запасу (кожна лексема є елементом якогось поля).

Отже, було розглянуто семантичне поле назв емоцій, що складається з: семантичного мікрополя смутку, семантичного мікрополя страху та семантичного мікрополя радості (щастя).

Продовжуючи дослідження семантичних полів назв емоцій у польській мові було розглянуто етимологічний аналіз вищезгаданої лексики, задля визначення початкового значення, походження, форми та культурного значення.

Проаналізувавши лексичні одиниці *radość, smutek i strach*, було виявлено, що вони мають досить широкий діапазон асоціативно-образних контекстів, на основі яких можна відтворити властиву польській мовній свідомості концептуалізацію цих емоційних станів.

## РОЗДІЛ ІІІ.

### СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНО ЗАБАРВЛЕНОЇ ЛЕКСИКИ У ПОЛЬСЬКИХ ЗМІ

#### 3.1. Лексико-стилістичні особливості матеріалів польських ЗМІ

Публіцистичний стиль є дуже складним явищем. Він містить елементи розмовної та художньої стилістики, часто елементи наукового стилю. Те, що він поділяє із розмовним стилем – це використання ідіоматичних виразів та фраз, слів із сильним емоційним забарвленням, конкретна метафоризація.

Мовні засоби у пресі в основному такі ж, як і в художньому стилі, але інтенсивність стилістичних елементів інша. Природа журналістики, яка стосується всього суспільства, призводить до вибору мовних засобів, перш за все комунікативних, тобто доступних і зрозумілих кожному. Звідси широке використання слів і форм розмовної лексики у всіх її різновидах. Тип лексичних засобів диктується предметом. Статті, присвячені актуальним політичним проблемам, потребують політичної лексики, можуть містити метафорику, ідіоматичні вирази та фрази, що підсилюють жвавість і яскравість висловлювання, можуть використовувати слова з вираженим емоційним забарвленням, можуть містити трафаретні фрази – всі ці лексичні засоби походять із джерел письмової та розмовної мови, та не перевищують стандартів. Фразеологічні шаблони – це, вирази, що є готовими формулами, корисними та зручними, однак, внаслідок занадто частого повторення, вони втрачають свою виразність та образність і стають кліше, на які читач не реагує таким чином, як цього бажав би автор. Найбільш поширені фразеологічні шаблони, це: “*stać na straży pokoju i bezpieczeństwa narodów*”; “*pogłębienie przyjaźni, wiedzy*” (Polityka – 17, 10.09.2020). Кожен бій зазвичай описується як жертвний. Кожну дію називають акцією чи кампанією, кожна ідея чи дизайн – це концепція чи пропозиція. Відбувається зловживання наступними формаціями: активний, активізація, актив.

Лексичні засоби, що зустрічаються в пресі, характеризуються великою експресивністю. Ми маємо тут багато виразів та фразеологічних зв'язків із сильним емоційним відтінком: *nawiewacz*, *główka* (*pogłaskać przestępcę po główce*), *gryziپیórek*, *pijanica*, *gość* (*jegomość*, *osobnik*, *człowiek*). Вони переважно мають іронічний відтінок. Серед виразів і фраз ми маємо цілу низку емоційних відтінків – іронічного, зневажливого, грубого, буденного: *znawca dusz ludzkich*, *miernota wydmuchana i wydęta z braku konkurencji*, *buła z zakalcem*, *stawiać kogo w głupiej sytuacji*, *wylać kogo z pracy*, *nabujać kogo*, *objechać kogo*. У зв'язку з цим автори часто використовують фразеологічні ресурси розмовної мови та діалектів: *mieć ciężki żywót z czym*, *mieć głowę i nogi*, *trzymać się czego jak rzep psiego ogona*, *mieć kim święty spokój*, *nie widzieć kogo kopę lat*. Метафоризація не вирізняється особливими ознаками. Центром метафоричного виразу або фрази є зазвичай загальноживані слова, що надають всій метафорі буденного відтінку, іноді навіть рутинного: *welon mgły i ciszy*, *karczowanie resztek feudalizmu*, *wielka odwilż*, *zarazek polskości* [79, с. 218].

Стиль преси містить елементи, що поєднують її як з науковим, так і з художнім стилем, і в той же час він виявляє деякі особливості, що відрізняють її від інших стилів – як позитивні, так і негативні риси. Позитивною рисою публіцистичного стилю є, безсумнівно, більша сугестивність, ніж у інших стилях, що полягає у використанні розмовних мовних форм, часто скорочених, виразних, із сильним емоційним відтінком. Такі форми сильніше стимулюють уяву та ефективніше звертаються до почуттів читача – вони функціонують як гасла, що закликають до конкретних дій. Різноманітність мовних елементів, як лексичних, так і синтаксичних, що зустрічаються в пресі, пояснюється різноманітністю тематики. Преса використовує терміни з різних технічних, наукових, економічних, політичних та інших галузей, а це означає, що термінологія, яка використовується в цих галузях, швидко проникає в широкі верстви суспільства і швидко поширюється. Преса була сигналізатором таких нових словотвірних утворень, як: *szybkościowiec*, *wieżowiec*, *galeriowiec*, *potokowiec* (*Wyborcza*, 18 – 15.10.2020). З преси широкий загаль читачів дізнається

про використання нових приладів і машин, будь то в будівництві чи сільському господарстві: *spychaczy, transportery, obsypnicy-opylaczy* (Wyborcza, 18 – 15.10.2020). У пресі читач також стикається з безліччю медичних, фармацевтичних, біологічних, економічних, банківських, спортивних термінів. Стиль преси, як і художній стиль, характеризується тенденцією до оновлення банальних фразеологічних зв'язків. Це впливає не стільки з бажання зламати фразеологічний зразок, настільки характерний для преси, скільки із бажання звернути увагу читача на цікаве явище нетрадиційними формулюваннями. Привабливість фраз тісно пов'язана з привабливістю теми. Через обширність питання, необхідним є вказати стилістичні особливості з точки зору окремих типів словотвору та формантів [71, с. 153].

Зменшувальні (пестливі) форми (демінітиви) – це формально-семантична категорія різноманітних ціннісно-стилістичних функцій. Польська мова, як і інші слов'янські мови, має багато формантів, що утворюють демінитиви.

Наприклад, з точки зору іменників можна згадати суфікси: *-ik/-yk* (*konik, chłopczyk*), *-ek* (*ptaszek*), *-iczek/-yczek* (*koniczek, koszyczek*), *-iszek* (*braciszek*), *-aszek* (*wujaszek*), *-uszek* (*kwiatuszek*), *-ka* (*nóżka*), *-yczka* (*twarzączka*), *-eńka* (*babuleńka*), *-uś* (*synus*), *-ula* (*matula*), *-ko* (*uszko*), *-unia* (*ciotunia*). Зменшувальні слова переливаються різними емоційними відтінками, причому найбільш характерною є мінливість емоційного забарвлення залежно від контексту та ситуації, а також – що однаково важливо і невловимо при написанні – інтонація, з якою вони вимовляються. Найпоширенішим, “вродженим” емоційним відображенням зменшувальних форм є турбота і ніжність [80, с. 48].

Використання зменшувальних форм із відтінком злісної іронії та презирства надзвичайно характерно для польських ЗМІ: *zdegenerowane artyściatko, podejrzany dobrobycik, taki głuptas, uwić gniazdko swego małego używańka, przeobrzydliwe babrania się i babrotki* (Wyborcza, 18 – 15.10.2020). Зазначені утворення найчастіше є утвореними індивідуалізмами. Важко віднести обговорювані тут емоційні відтінки до мінімуму конкретним формальним показникам. Один і той самий суфікс може створювати словотвірні утворення з

дуже різним значенням. Однак, безсумнівно, можна вказати на деякі спеціалізовані суфікси або, принаймні, що спеціалізуються на зменшувальних, які виражають ставлення мовців до названого об'єкта. Згадаймо тут, наприклад, суфікс *-ina*, який надає зменшувальним словам відтінок співчуття у поєднанні із співчуттям, жалем та зневагою. Ось декілька таких утворень: *ucałowalem jej suche rączyny, widzę, że rozhulała mi się starowina, z wytartej surduciny wydobył gruby notes, mizerny, człeczyna, głupiej paczeczyny papierosinów człowiek odebrać nie może, marna spółczyna* (Wyborcza, 18 – 15.10.2020). Окрім словотвірного та словотвірно-флексійного методів демінутивізації, слід згадати про використання слів, що містять негативну оцінку (пейоративи) у гіпокористичній функції, що пояснюється, інтенсивністю емоційного навантаження, що міститься в них [72, с. 54].

Окрім зменшувальних, утвореннями емоційного характеру є підсилювання (аугументативи). У польській мові є багато суфіксів, що утворюють аугументативні форми: *-sko (babsko), -isko / -ysko (domisko, Chłopaczysko), -idło / -ydło (chamidło, Sztukaczydło)* вони є, мабуть, найважливішими допоміжними суфіксами сьогодні. Як і в зменшувальному значенні, важко вказати на форманти, які повністю спеціалізуються на наданні словам певного емоційного відтінку. Як і в зменшувальному значенні, ми також можемо спостерігати високу мінливість емоційної забарвленості окремих утворень і велику залежність від контексту. Наприклад, слово селянин, залежно від пов'язаних із ним термінів, може набувати як негативних, так і позитивних відтінків: *nieokrzesane chłopisko, durne chłopisko, biedne chłopisko, chłopisko jak dąb, pracowite chłopisko, dzielne chłopisko*. Дуже часто аугументативи з цим суфіксом висловлюють співчуття, як правило, грубо (наприклад, *diamantowe kobiecisko, kochane ciotczysko*) [77, с. 215]. Інші типи аугументативів, крім згаданих дотепер, це так звані характерні іменники, а саме ті, які ми утворюємо з інших іменників із суфіксом *-acz*, рідше *-al*, *Brzuchacz, brodacz, wąsal* – це опис людей, який вони отримали через зовнішні фактори: живіт, бороду чи вуса. Ці “складники” їх зовнішнього вигляду,



мабуть, були помітними, якщо вони спричинили появу назви. Звідси аугументативне та карикатурне значення у цих формаціях.

У літературних творах аугументативні формації часто є важливим фактором створення атмосфери урочистості, піднесеності та жаху. Наприклад, із суфіксом *-ica* (*trumnica, chmurzyca*). Аугументативи посилюють реальність, перебільшують представлені предмети до гігантських розмірів. *Skalisko, cyplisko, gmaszysko, ostrowisko, żłobowisko, kolisko* – ось кілька прикладів, які тут можна навести [70, с. 48].

Звичайно, стилістично “позначені” словотвірні форми не обмежуються демінутивами та аугументативами. Прослідковується багато формантів і типів утворень, тісно пов’язаних з певними стилістичними категоріями. Наприклад, серед суфіксів із певним стилістичним та емоційним відтінком можна назвати такі: *-eush*, створюючи вирази в розмовному стилі, як правило, з відтінком жалю (наприклад, *ślabeusz, chudeusz, dziadeusz*), *-aj*, що також зустрічається у розмовних утвореннях із відтінком зневаги (наприклад, *mazgaj, hultaj, gudłaj*) і, нарешті, суфікс *-owicz, -ewicz* розмовного характеру (наприклад, *karierowicz, wczasowicz, wycieczkowicz, działkowicz, giełdowicz*) і найчастіше жартівливого (наприклад, *letkiewicz, balowicz, podskakiewicz, procesowicz* “*człowiek lubiący się procesować; pieniacz*). Суфіксом з дуже чітким емоційним забарвленням є суфікс *-ak*, наприклад *cieleę – cielak, żniwiarz – żniwak*) [SJP]. Однією з причин виразності форманта *-ak* є його поява у формаціях, які замінюють двослівні або навіть кількаслівні терміни (наприклад, *człowiek tępy – tępak*); такі утворення, у яких конденсовано зміст кількох слів, вже дуже виразні за своєю природою. Виразність утворення може переходити до суфікса, який таким чином поширюється. Сюди слід додати, що прикметникові іменники (які в основному містять суфікс *-ak*) відрізняються від відповідних прикметників більш інтенсивним змістом: називаючи когось нудним чоловіком, ми ставимося до нудності як до однієї з характеристик цієї особистості, називаючи його нудною людиною – ми вважаємо її домінуючою. Емоційне забарвлення утворення *-ak* різноманітне: воно залежить як від семантичної цінності предмета чи слова, так

і від середовища, яке слово використовує. *Przystojniak, przytomniak, równiak, porządniak* – це позитивні, схвальні умови; *ciemniak, ponurak, smętniak, sztywaniak, drętwniak* (на хуліганському жаргоні – людина, яка використовує ідеологічну або моралізаторську фразу) – це зневажливі епітети: *ważniak, ostrożniak, przyjemniak, słusznik, studenciak, poeciak, szofer* [SJP].

Окрім форматів, які принаймні частково спеціалізуються на утворенні слів із певним емоційним відтінком, у мові існують певні словотвірні типи, “призначені” саме на такі, а не інші виражальні функції. Неважко помітити, наприклад, що у жартівливій лексиці сполуки відіграють важливу роль, особливо складені іменники. Тут, як приклад можемо навести такі жартівливі слова, як: *dławiduda “organista”, męczybuła “piekarz”, utrzyproszek “farmaceuta”, wydmiakufel, moczymorda, dusigrosz, najmimorda “adwokat”* (Newsweek, 18 – 10.02.2020).

У галузі ад’єктивного словотворення насамперед подано кілька стилістичних спостережень щодо прикметників. Ці утворення схожі на еквіваленти іменникових демінутивів і аугументативів, але тут форманти не використовуються для “зменшення” або “збільшення” названих предметів (наприклад, у іменників, *rączka, nochal*), а діють як регулятори інтенсивності ознаки, вираженої основним прикметником. Формації, в яких ця інтенсивність по відношенню до базового слова була посилена, це прикметникові “демінутиви”; утворення, в яких основна риса ослаблена, це прикметникові демінутиви. *Bielutki, siwiuteńki, słodziusieńki* виражають посилені риси (“*bardzo, całkiem biały, siwy; bardzo słodki*”); *białawy, siwawy, słodkawy – osłabione* (“*nieco biały, siwy; trochę słodki*”) [SJP].

### 3.2. Емоційно забарвлена лексика як засіб впливу на читача

Існує давня традиція, яка визначає емоції як психічні явища, а точніше когнітивні явища. Оціночні теорії емоцій, інакше відомі як когнітивні теорії емоцій, набули популярності як у філософії, так і в інших гуманітарних науках.

Неважко помітити, що для багатьох дослідників платонівська традиція та ідея вроджених концепцій є важливими для аналізу емоцій. Наше вираження власних емоцій та сприйняття чужих емоцій, швидше за все, буде передаватися частіше за допомогою поведінки, ніж мови, і ця поведінка, швидше за все, буде долінгвістичною як філогенетичною, так і онтогенетичною.

Усі емоції можна розділити залежно від їх джерела, реакції та ступеня прототипності. З погляду на джерело ми розрізняємо первинні та вторинні емоції. Перші з них викликаються первинними подразниками, тобто тими, значення яких ми розуміємо інстинктивно, а реакція на них вроджена. Первинні подразники надходять з органів чуття або зсередини тіла і впливають на всіх людей. Другі – це ті, що викликані вторинними подразниками. Їх значення надає досвід соціального контексту, в якому суттєву роль відіграють ступінь концептуалізації емоцій (вироблення системи понять про емоції) та ступінь їх лінгвістичної та дискурсивної вербалізації (тобто семіотизація емоційних понять та образів із використанням мовних засобів).

Лексичні маркери прояву емоцій є важливим елементом вираження, оскільки вони визначають фактичну реакцію людини на появу конкретного досвіду. Тереза Скубаланка зазначає, що, з точки зору психології, емоції становлять цілком специфічні психічні процеси, тоді як експресивні явища, як лінгвістичні, так і нелінгвістичні, часто оточені аурую невизначених “значень”, яку лише відчуває одержувач і усвідомлює відправник тексту [70, с. 180]. Вивчення емоцій, а отже, емоційного ставлення до об’єкта, вираженого мовцем із використанням мовних засобів, належить до теорії висловлювання.

Емоції – явище багатовимірне. Вони є специфічною формою відображення та пізнання дійсності, оскільки людина, що виражає емоції, є одночасно і об’єктом, і предметом пізнання. Таким чином, емоції реалізують певні людські мотиви, впливають на адресата, а з іншого боку, інтерпретуються ним. Іншими словами, емоції спочатку слід розглядати як елементи поточної взаємодії учасників спілкування залежно від функціональності цієї взаємодії. Водночас емоції слід аналізувати як соціально регульоване явище, з особливим акцентом

на їх соціальному орнаменті. Ця концептуалізація фокусується на соціальній та дискурсивній реальності почуттів [63, с. 65].

До мови слід ставитись як до ефекту та інструменту людського сприйняття світу. Люди реагують подібно на подразники, що спричиняють первинні афекти, але різняться у своїй реакції на подразники, пов'язані з концептуальними стандартами, особливо аксіологічними стандартами, які базуються на абстрактних поняттях, по-різному сформованих та зрозумілих у різних культурних колах. “Мова, інструмент міжособистісного спілкування, накопичує та консолідує соціальний досвід, основою якого є множинні стосунки між людиною та усім, що становить навколишню дійсність. Цей соціальний досвід, що зберігається в мові, дозволяє людині користуватися мовою не лише для прийняття спеціальних рішень щодо форм існування цієї реальності, а й для її оцінки. Фактом, який в цьому контексті має особливе значення, є той факт, що семантична сторона мови є носієм часто прихованих, непрямих даних, соціально встановлених методів категоризації та оцінки реальності. Це значною мірою стосується лексики, словникового запасу даної мови” [55, с. 90]. Тереза Смолкова вважає, що експресивні компоненти значення лексичних одиниць несуть два типи інформації:

1. інформація про емоції відправника (це вираження у вужчому розумінні);
  2. інформація про стилістичні особливості знаків мовної виразності
- [71, с. 150].

Медійна культура сьогодні в основному спрямована на те, щоб бути поміченим та уникати маргіналізації, яка повністю виводить людину із сфери публічного дискурсу або зміщує її на її межі. Найпростіший спосіб бути помітним – це говорити про себе, про свої емоції, порушуючи сферу конфіденційності – бути повністю відвертим. Культура “прозорості”, як говорить Марек Краєвський про спостережуване явище, “робить реальність прозорою”. Однак це прозорість, запланована відправником, а не справжня. Прозорість також узгоджується з популярною та широко обговорюваною консумпцією, “життя сьогодні – це бути предметом консумпції та консументом” [22, с. 90].

Відбувається значна переоцінка – те, що до цього часу було на краю суспільного життя, переходить до його центру. Таємниця тут відіграє особливу роль. Поділитися своєю таємницею з кимось визначає коло надійних людей, це також створює чудовий електорат, натовп шанувальників та одержувачів. Хоч секрети, розкриті мільйонам, швидко застарівають, інтерес до наступних не зменшується. Відомі люди цього світу відкривають себе та роблять відкритими дані, іноді дуже інтимні. Якщо вони цього не зроблять самі, ми дізнаємось від журналістів, які стежать за ними на кожному кроці. У медійному дискурсі, незалежно від того, виступають політики, журналісти чи художники, на очах аудиторії розгортається історія про хід людського життя [32, с. 178]. Зібраний матеріал походить із газет та журналів, які аналізують публічну сферу людської діяльності та уникають тем, які вважаються пліткарськими, таких як: *Polityka*, *Wprost*, *Newsweek*, *Wyborcza*.

Однією з особливостей сучасного світу є значна роль засобів масової інформації у створенні сприйняття бачення світу, особливо через телебачення чи Інтернет. Часто можна зустріти думки, що саме ЗМІ визначають тенденції та напрямки соціальних змін, вказують, як людина повинна поводитися, що одягати, що, де і як їсти. Їх універсальність та здатність охопити багатомільйонну аудиторію своїм повідомленням посилюють їх роль у формуванні думок. Широкий спектр тем та маркетинговий підхід до повідомлення означають, що медіа-повідомлення часто вважають упередженим або навіть маніпулюють ним. На практиці це означає не стільки використання підробки, скільки передачу неповних, вибраних зображень, часто низької вартості, іноді також презентуючих маркетинговий зміст, таким чином, щоб задовольнити так званого масового глядача. Ця процедура проявляється в кількості переглядів або “швидкості кліків”, а отже – збільшенні доходів від реклами [31, с. 159].

Сила та вплив сучасних ЗМІ настільки інтенсивні, що вони здатні формувати політичні уподобання, соціальну поведінку та керувати рішенням споживачів. Маса засобів масової інформації, а також сфери їх впливу

дозволяють їм вільно використовувати прийоми маніпуляцій таким чином, щоб досягти запланованого результату.

Частим явищем прикладу уваги є гра на емоціях – повідомлення, яке передають ЗМІ, повинно викликати у реципієнтів конкретні почуття, такі як страх, співчуття чи обурення. Почуття страху використовувалось і використовується в першу чергу для відволікання уваги широкої громадськості та кожної людини окремо від важливих питань та зосередження його на другорядних проблемах. На практиці ми маємо справу з такою процедурою, наприклад, у випадку із північнокорейськими ЗМІ, які формують образ західного світу як несприятливого світу, основною метою якого є завоювання своєї країни, ідеалізованою корейськими ЗМІ. У свою чергу, викликання симпатії повинно повністю позбавити суспільний діалог будь-якого елемента раціональності. Також можна застосувати почуття антипатії, представивши “ворога”. Це також може відволікати увагу від важливих питань.

У друкованих засобах масової інформації, як уже зазначалося, важко взаємодіяти з одержувачем звичайним, тобто прямим способом. Також важко знайти в пресі інші висловлювання, характерні для інших традиційних засобів масової інформації (радіо та телебачення), що стосуються, підтримують або припиняють контакт, наприклад, такі формулювання, як: *Proszę Państwa, życzę miłego wieczoru, Gorąco zapraszam, Już teraz zapraszam, Wracamy już za chwilę, Wracamy za tydzień*. З іншого боку, у пресі будуть інші, що вважаються загальноприйнятими, хоча виражаються неявно, засоби встановлення або підтримання контакту, такі як флективні та синтаксичні граматичні форми, що розігрівають інтерес (наприклад, використання займенника, що інтегрує ми, із залученням займенників ти, ви, формулювання висловлювань від першої особи множини, а також використання інтерпретаційного синтаксису). Серед нетрадиційних, а отже, і непрямих способів реалізації фатичної функції, дослідники також згадують розмовну мову (як з точки зору стилістичної, синтаксичної, так і лексичної). Одержувач буде частіше контактувати, якщо відправник вибирає спілкування, близьке до повсякденного та вільного

висловлювання. Ці заходи забезпечують комунікативну близькість у мовному та інтерпретаційному вимірі – вони зв’язують відправника з одержувачем, роблять повідомлення більш зрозумілим та представляють бачення світу, яким діляться відправник та одержувач [50, с. 78].

Хоча перевага інтерактивності в медіа-комунікації спочатку може здатися суперечливою, особливо у випадку преси, де контакт з реципієнтом підтримується в більшості випадків опосередковано, звертаючи увагу на інтерактивність певних елементів комунікації, конкретних жанрів або їх компонентів, розвіюються ці сумніви. У пресі двосторонність передавально-приймальних відносин якимось чином стає можливою завдяки жанру листа до редактора, який, проте, все рідше публікується в журналах. З іншого боку, такі фрази, як: *Napisz do nas, Kontynuacja tematu w następnym numerze, Czekamy na twoje listy*, дуже популярні [52, с. 20]. Також надаються адреси електронної пошти авторів текстів та редакції, а також посилання на веб-сайти газет.

У контексті міркувань, зроблених до цього часу, слід припустити, що в пресі взаємодія відправника та читача відбувається переважно нетрадиційним способом, головним чином за допомогою мовних засобів, що “нагрівають” комунікаційний канал, мови, близької до повсякденного мовлення, та завдяки використанню комунікаційних ігор. Основною метою відправника є побудова комунікативної спільноти та утримання читача в тексті якомога довше. У пресі функції ініціювання та підтримання контакту містяться у заголовках. Отже, заголовки – це не просто ідентифікатори тексту. Завдяки їм одержувач помічає текст, цікавиться статтею і вирішує, чи читати її [53, с. 24].

Ці завдання виконуються в самій структурі назв. Виділені заголовкові структури пов’язують текст і ідентифікують одержувача. Заголовок обкладинки не лише повідомляє про статтю, але також вказує на важливість рекламованого тексту та теми, що розглядається. Він першим привертає увагу одержувача та ініціює контакт, роблячи випадкову особу одержувачем статті. Наступний заголовок – оголошення статті у змісті – визначає текст у випуску, посилається на конкретні сторінки, полегшуючи тим самим шлях одержувача до того, щоб

статті адресатом та читачем. Правильний заголовок статті, це наприклад той заголовок, який закликає вас залишатися на зв'язку. В одному головному заголовку можна вказати тему, підзаголовок. Додаткові тематичні ідентифікатори у вигляді заголовка розділу або підрозділу дозволяють одержувачу знайти себе в загальній темі.

І заголовки преси, і підказки, що передували інтерв'ю та статті, сприяють драматизації та емоціоналізації. Прикладів таких назв багато. Проаналізувавши будь-яке видання *Gazety Wyborczej*, ми можемо знайти, серед іншого: *Naszyści Putina (artykuł na temat bojówek o nazwie Nasi)*, *Wizyta żółtej gąsienicy (o budowie kanalizacji)*, *Ojciec miasta na łaźni (o popiersiu zasłużonego katowiczana, które zostanie postawione w budynku dawnej łaźni, dziś oddział PZU)* (*Wyborcza*, 18 – 10.09.2020). У свою чергу, ведучий представляє зміст інтерв'ю чи статті, протиставляючи обрані елементи контрастивним чином та виділяючи фрагменти, які часто виявляються неактуальними під час читання [57, с. 225].

Виразний ефект у наведених прикладах створюється не лише зіткненням двох сфер – офіційної та неофіційної. Звичайно, виразність виражається за допомогою відповідних мовних засобів [60, с. 125]. Існують формальні показники, такі як: спеціальні слова; слова, сильно позначені емоціями, в яких це один із семантичних компонентів слова (*śmierć, uwodzenie, ukochany, porażka, tragedia, wredny*), що цікаво – емоції часто виражаються пояснювально: *potem zawsze mi opowiadała, że bardzo się niepokoiła; sam też miałem lzy w oczach; jestem wdzięczny, że wytrzymała presję związaną z moją prezydenturą; czułam się zobowiązana, że ktoś się o mnie troszczy* (*Newsweek*, 41 – 20.10.2020).

Зміст емоцій подається найбільш відкрито, одержувачу не потрібно нічого вгадувати чи читати між рядків. Повідомлення очевидне. Не даремно дослідники вважають експліцитне вираження почуттів менш цікавим, оскільки це не передбачає гри з одержувачем.

Емоції є елементом маніпуляцій, оскільки вони дають можливість явного звільнення від схематизму та умовності. Емоційна мова приваблива для реципієнта, оскільки створює коло близькості, свободи, а також вносить



іраціональний і несподіваний елемент. Тож чи емоційність переходить на місце надто складної реальності, яку можна показати лише спрощеним способом? Чи реалізується песимістичне бачення Жана Бодрійяра, в якому ми бачимо емоційність, створену для демонстрації в умовах відсутності фактичної емоційності та реальності як у ЗМІ, так і загалом? Реальність “розчиняється”, оскільки ЗМІ показують це ізольовано, поза контекстом, спираючись на сценарій [74, с. 110]. Однак, як застерігає Бодрійяр, із втратою межі між публічним і приватним ми втрачаємо власні таємниці, вони стають “живильними для ЗМІ”.

У заголовках таблоїдів часто з’являється розмовна та емоційна лексика, внаслідок чого ступінь офіційності висловлювання знижується. Все частіше вони починають нагадувати рекламні слогани чи слогани виборів, оскільки важлива привабливість та короткість повідомлення. Економізація досягається лаконічним синтаксисом – домінують іменні конструкції, примітки, еквіваленти речень та одиничні речення, є також заголовки у формі наказових речень, питальних речень та реплік діалогу. Цей спосіб створення заголовків, очевидно, служить для розрізнення тексту, але мова йде не лише про зосередження на ньому. Заголовки стають спеціалізованими повідомленнями, все частіше автономними та індивідуальними (за змістом та формою). Їх завдання – здивувати одержувача. Ще в 1976 році Ян Міудек у своїй роботі “Синтетичні лексичні конструкції польської мови” писав, що для того, щоб зосередити увагу реципієнта, заголовок повинен повністю реалізовувати виражальну функцію мови. Для нього добре бути сугестивним і емоційним, з одного боку, і лаконічним, з іншого [62, с. 90]. Сьогодні постулюється, що заголовки повинні розважати та інтригувати читача, виконуючи тим самим розважальну функцію тексту і навіть провокувати та шокувати, переслідуючи прагматичні цілі.

Специфічна інтенціональність повідомлення – поява або навіть домінування прагматичних функцій, а точніше, спонукальна, виразна та розважальна функція – не лише свідчить про готовність зацікавити або шокувати одержувача. Це свідчить, насамперед, про намір спонукати потенційного читача читати текст. У цьому контексті слід зазначити, що основним завданням, для

якого спеціалізуються заголовки преси, є залучення одержувача, і це можна зробити не лише “розважаючи”, переконуючи, дивуючи або зосереджуючи увагу на повідомлення, але також постійно підтримуючи з ним зв’язок, що полегшує реалізацію цих функцій.

Експресивну лексику часто використовують у засобах масової інформації задля наголошення, підкреслення глибини, доказовості думки, при цьому використання емоційно забарвленої лексики сприяє кращому унаочненню та розумінню інформації. Мова ЗМІ часто характеризується як поєднання стандартної, нейтральної та експресивної лексики, в такому випадку “експресивність” розуміють як вихід за межі мовних норм або контрастність значень [70, с. 180]. Використання такої лексики має на меті повідомлення нової інформації та вплив на думку читача, а також здійснення функції специфічних маркерів, що спрямовують увагу на відповідну частину повідомленого. Автор тексту свідомо добирає мовні засоби або створює власні, інноваційні неологізми задля передачі авторських інтенцій та фокусування уваги читача на певному фрагменті інформації.

Використання емоційно забарвленої лексики часто зустрічається у таких польських виданнях як *Polityka*, *Newsweek*, *Wprost*, *Wyborcza* розглянемо конкретні приклади.

У статті “*Pływające więzienia, czyli koronawirus na wielkich wycieczkowcach*” (*Polityka*, 15 – 09.10.2020) йдеться про круїзні лайнери, пасажери яких стали в’язнями “плаваючих в’язниць” внаслідок спалаху вірусу та зростання кількості хворих. Автор навмисне використав таку метафору в заголовку статті задля фокусування уваги та маніпулювання емоціями читача, адже такий вираз навіоє почуття страху та переживання.

“*Polityka w giełdowym składzie porcelany*” (*Wyborcza*, 15 – 10.07.2012) – це авторський неологізм, що асоціюється з відомим висловом “*jak słoń w składzie porcelany*”, який означає, що щось було зроблено дуже невміло, незграбно. Образ слона як великої незграбної тварини на тлі крихкої порцеляни переноситься на узагальнений образ політики, а саме процес ведення політичної діяльності. У

статті “*Czy już czas zapiąć pasy?*” (Newsweek, 41 – 20.10.2020) відомий вираз “*zapiąć pasy*”, що дослівно перекладається – “затягнути ремені”, навіює почуття занепокоєності, адже натякає на інфляцію, проблеми в сфері економіки.

У зв’язку зі світовими тенденціями зростання уваги до змін навколишнього середовища, глобального потепління та екологічних продуктів харчування, з’являються нові групи неологізмів з префіксом “*eko-*”, наприклад: у статті “*Ekobalamicenie*” (Wprost, 10 – 15.07. 2007) (“*balamicenie*” у даному випадку має значення – омана, хибна думка) йдеться про помилкові судження щодо ефективної протидії глобальному потеплінню.

“*Bezpowrotni. Dlaczego imigranci nie chcą wracać do Polski?*” (Newsweek, 41 – 20.10.2020). “*Bezpowrotni*” – авторський неологізм створений з метою підкреслення важливості проблеми імміграції у Польщі, також навіює почуття безвихідності або ж, навпаки, пробуджує почуття гідності та патріотизму у громадян країни.

Емоційно забарвлена або експресивна лексика та її використання у різних сферах життя є дуже актуальною та багатогранною темою для дослідження. Використання експресивної лексики у польських засобах масової інформації, здебільшого у заголовках статей, виконує різні функції, насамперед активізує та спрямовує увагу читача на певну інформацію, а також передає ставлення, інтенції автора читачеві.

### **3.3. Медіа-маніпуляції – їх форми, техніки, способи впливу.**

ЗМІ – це загальний термін, який використовується для опису преси, радіо та телебачення, тобто засобів масової інформації. Це установи, діяльність яких базується на виробництві інформаційних та розважальних повідомлень, масовому розповсюдженні та охопленні великих груп одержувачів. Вони служать насамперед комунікаційному процесові, в даному випадку, масовому. Іншими словами, вони діють як передавачі інформації. У цьому випадку вони обслуговують своїх власників і контролерів, оскільки, транслюючи

різноманітний контент, вони отримують прибуток. Вони також обслуговують реципієнтів, що є результатом того, що вони досягають певних соціальних та психологічних переваг, серед них:

1. пошук одержувачами важливого та актуального з їх точки зору вмісту;
2. створення відповідного акомпанементу поточному настрою аудиторії;
3. звільнення від психічного напруження і тиску;
4. пошук дружньої компанії [64, с. 95].

Найважливішими особливостями сучасних засобів масової інформації в літературі на цю тему є насамперед:

1. вони є важливим та постійно змінним сектором суспільного життя, вони також є видом економічної діяльності, що проявляється, серед іншого, використанням таких термінів, як: “інформаційна індустрія”, “індустрія розваг” або шоу-бізнес;
2. вони забезпечують роботу спеціалістам різних категорій, вони також виробляють потрібні культурні товари, вони є установами, які сформуvalи свої власні внутрішні правила функціонування та водночас пов’язані з багатьма іншими економічними, культурними та економічними інститутами;
3. вони є важливими інструментами соціальної влади, вони також є інструментом контролю, соціального управління, мобілізації та стимулювання інновацій, які можуть замінити фізичну силу чи матеріальні стимули;
4. вони становлять важливий форум, на якому загальні проблеми – як на національному, так і на міжнародному рівні – мають шанс бути публічно представленими та проаналізованими;
5. вони стимулюють розвиток культури, і це стосується як її символічного, художнього, так і соціального та нормативного аспектів, засоби масової інформації мають величезні можливості для просування нових тенденцій, наприклад, у різних сферах життя – мистецтві, моді та звичаях;

- б. вони визначаються як домінуюче джерело формування індивідуальної уяви широкої аудиторії, що практично означає можливість впливу на цілі суспільства [74, с. 110].

Наведений перелік найважливіших особливостей сучасних ЗМІ чітко відображає їх становище в житті сучасних людей. Іноді їх називають “четвертою владою”, з часом їх роль стала настільки домінуючою, що народився новий термін – ЗМІ як “перша влада”. Перш за все, це результат кількості функцій, які виконують засоби масової інформації. Вони є інтерпретатором подій, що означає допомогти глядачам зрозуміти поточні події, їх причини, перебіг та наслідки. ЗМІ виконують освітню функцію, яка пов’язана з передачею освітнього контенту, який легко засвоюється одержувачем. Важлива їх функція формування думки, реалізація якої здійснюється шляхом представлення влади в конкретній галузі. Її результатом є формування громадської думки з конкретних питань. ЗМІ також мають розважальну функцію, яка пов’язана з випуском вмісту, який повинен викликати позитивні почуття у реципієнтів та надавати розслаблюючий вплив на їхній психічний стан [51, с. 160].

Інша типологія вказує на те, що засоби масової інформації виконують такі функції:

1. експресивну, що полягає у виклику конкретних, бажаних в адресата відправником реакції;
2. фатичну спрямовану на підтримку зв’язку між відправником та одержувачем;
3. конативну – містять накази, адресовані одержувачу, зазвичай формулюються в граматичній формі словникового запасу і спрямовані на викликання конкретної реакції;
4. металінгвістичну, спрямовану на пояснення значення незрозумілих для реципієнтів висловлювань та звернення уваги на інтерпретацію тексту,
5. поетичну – з естетичним змістом;
6. референційну, посилення одержувачів на конкретні ситуації, посилення на загальновідомі факти.

Як вже згадувалося раніше, сила та вплив сучасних ЗМІ настільки сильні та інтенсивні, що вони здатні формувати політичні уподобання, соціальну поведінку. Маса ЗМІ а також сфери їх впливу дозволяють їм вільно використовувати прийоми маніпуляцій таким чином, щоб досягти запланованого результату. Визначення Словника сучасної польської мови говорить, що маніпуляція – це несправедливий вплив на погляди та дії інших людей: згинання, спотворення фактів для досягнення власної вигоди. Упереджена інтерпретація фактів та даних для підтвердження власної тези, зазвичай не відповідає дійсності [91, с. 367]. Подібне визначення представлено М. Мільчинською та А. Голішеком, які вважають, що маніпуляції впливають на сприйняття дійсності іншими, коли цілі такої діяльності обертаються навколо деформації, спотворення певної інформації та обмеження певних, чужих рішень. Чим більше маніпуляція непомітна і замаскована, тим більша її ефективність [64, с. 95].

Способи маніпулювання ЗМІ різні. Вже деякий час кадрове оформлення новин, тобто фрагментація, суть якої полягає у щоденному відборі важливих з точки зору засобів масової інформації подій, які варті демонстрації, а які ні. Просто немає подій, про які не повідомлялось у ЗМІ. Фреймінг означає не лише вибір засобів масової інформації, але і їх подання таким чином, щоб вони виглядали відповідно до намірів емітента. Для представлення подій використовуються різні техніки маніпуляцій. Вони можуть включати:

1. послідовність – розміщення “новини” на першій колонці газети, в середині або в кінці;
2. відповідно підібрані цитати та їх автори;
3. відповідну послідовність фотографій;
4. відповідний монтаж у випадку телевізора;
5. відповідний опис під фото;
6. відповідну назву.

Це вибірковий спосіб подання певного змісту, опускаючи деякі за рахунок інших або виділення тих, які емітент вважає особливо бажаними. Це одна з технік впливу на реципієнта, в основному застосовується в рекламі.

Другий прийом маніпуляції, особливо часто застосовуваний у ЗМІ, - це інтеграція, що означає збільшення пріоритету та одержувачів маніпуляцій – збільшення чиєїсь доброти чи симпатії. Це дві найбільш часто використовувані техніки маніпулювання ЗМІ. Однією з особливостей сучасних засобів масової інформації є трактування інформації як товару, і чим більш актуальним є товар, тим він цінніший. Чим раніше це буде оприлюднено для громадськості, тим краще. Наслідком такої діяльності є необдуманість повідомлення або його поверхнева інтерпретація. Можлива також зворотна процедура, яка полягає у навмисному затягуванні надання певної інформації. Таким чином, така подія, хоч би й об'єктивно значуща, маргіналізується як неважлива та тривіальна [58, с. 226]. Така маніпуляція суттєво порушує розрізнення одержувачів між важливою та неважливою інформацією, вносячи хаос у їхній світ цінностей. Це свого роду очевидна маніпуляція, щоб показати лише фрагмент реальності, який спотворює повідомлення.

Частим прикладом вищезазначеної уваги є гра на емоціях – повідомлення, яке передають ЗМІ, повинно викликати у реципієнтів конкретні почуття, такі як страх, співчуття чи обурення. Почуття страху використовувалось і використовується в першу чергу для відволікання уваги широкої громадськості та кожної людини окремо від важливих питань та зосередження його на другорядних проблемах. На практиці ми маємо справу з такою процедурою, наприклад, у випадку із північнокорейськими ЗМІ, які формують образ західного світу як несприятливого світу, основною метою якого є завоювання своєї країни, “що тече молоком та медом”, ідеалізованою корейськими ЗМІ. У свою чергу, викликати співчуття означає повністю позбавити публічний діалог будь-якого елемента раціональності. Також можна застосувати почуття неприязні, представляючи “ворога”. Це також може відволікати увагу від важливих питань. Головною метою маніпуляцій із засобами масової інформації є подання спотвореного образу реальності, що відповідає намірам відправника. Використання маніпуляцій є результатом того, що одержувачі засобів масової

інформації не поводяться раціонально. На думку М. Іловецького, реципієнти характеризуються такими ознаками:

1. вони охочіше асимілюють і приймають медіа-повідомлення, що підтверджують їхні раніше встановлені переконання
2. вони менше пам'ятають або іноді відкидають думки, що суперечать їхнім поглядам;
3. вони не можуть визнати маніпуляції, які вони використовують проти своїх засобів масової інформації.
4. вони часто ставляться до всього, що повідомляється в ЗМІ, некритично, без будь-якої дистанції – події мають однакову важливість лише завдяки самому факту їх висвітлення в ЗМІ.

Водночас, все навпаки:

1. вони схильні вважати все, що повідомляють ЗМІ, лицемірним та оманливим;
2. вони схильні до узагальнення індивідуальної інформації (наприклад, якщо цей політик краде, це означає, що всі такі);
3. виникають проблеми з розумінням спеціалізованих або рідше використовуваних загальнономовних фраз та термінів, якими користуються журналісти чи носії інформації;
4. на сприйняття контенту (інформації) у засобах масової інформації впливає думка одержувачів щодо того, що більшість думає з даної теми. Це наслідок стадного інстинкту – відчуття спільності з більшістю;
5. аудиторія схильна до роздвоєності, тобто ділити все на дві частини, взаємовиключні групи. Це означає, що існує чітка тенденція до поділу світу на “хороший” і “поганий”, “чорний” і “білий”, тоді як реальність вимагає здатності розрізняти, помічати багато інших проміжних кольорів;
6. вони охочіше приймають та засвоюють те, що підтверджує найпростіші моделі та стереотипи, поширені в даному суспільстві (наприклад: “Żydzi rządzą światem”, “rudy jest fałszywy”, “Cyganie kradną”) (Wprost, 17 – 15.07.2012), [13, с. 175].



Молодь та діти особливо сприйнятливі до впливу ЗМІ, включаючи маніпуляції, що виникає внаслідок того, що вони ще не мають необхідного досвіду для відмежування медіа-повідомлень від реальності. Протягом багатьох років підкреслювалося, що засоби масової інформації завдяки відповідному відбору контенту можуть позитивно формувати та розвивати інтереси дітей та молоді, формувати цінності та установки. З іншого боку, невідповідний зміст негативно впливає на їх розвиток.

### Висновки до розділу III

Третій розділ присвячений стилістичним особливостям емоційно забарвленої лексики у мові польських ЗМІ. Зібраний матеріал походить із газет та журналів, які аналізують публічну сферу людської діяльності та уникають тем, які вважаються пліткарськими, таких як: *Wyborcza*, *Polityka*, *Wprost*, *Newsweek*. Виділено певні лексико-стилістичні особливості розглянутих матеріалів. Отже, мовні засоби у пресі вирізняються інтенсивністю стилістичних елементів. Природа журналістики, яка стосується всього суспільства, призводить до вибору мовних засобів, перш за все комунікативних, тобто доступних і зрозумілих кожному. Звідси широке використання слів і форм розмовної лексики у всіх її різновидах. Статті, присвячені актуальним політичним проблемам, потребують політичної лексики, можуть містити метафорику, ідіоматичні вирази та фрази, що підсилюють жвавість і яскравість висловлювання, можуть використовувати слова з вираженим емоційним забарвленням, можуть містити трафаретні фрази – всі ці лексичні засоби походять із джерел письмової та розмовної мови, та не перевищують стандартів. Частим є вживання фразеологічних шаблонів – це, вирази, що є готовими формулами, корисними та зручними, однак, внаслідок занадто частого повторення, вони втрачають свою виразність та образність і стають кліше, на які читач не реагує таким чином, як цього бажав би автор.

Часто, у текстах польських ЗМІ прослідковується використання демінутивів та аугументативів.

Усі емоції можна розділити залежно від їх джерела, реакції та ступеня прототипності. З погляду на джерело ми розрізняємо первинні та вторинні емоції. Перші з них викликаються первинними подразниками, тобто тими, значення яких ми розуміємо інстинктивно, а реакція на них вроджена. Первинні подразники надходять з органів чуття або зсередини тіла і впливають на всіх людей. Другі – це ті, що викликані вторинними подразниками. Їх значення надає досвід соціального контексту, в якому суттєву роль відіграють ступінь концептуалізації емоцій (вироблення системи понять про емоції) та ступінь їх лінгвістичної та дискурсивної вербалізації (тобто семіотизація емоційних понять та образів із використанням мовних засобів).

У контексті міркувань, зроблених до цього часу, слід припустити, що в пресі взаємодія відправника та читача відбувається переважно нетрадиційним способом, головним чином за допомогою мовних засобів, що “нагрівають” комунікаційний канал, мови, близької до повсякденного мовлення, та завдяки використанню комунікаційних ігор. Основною метою відправника є побудова комунікативної спільноти та утримання читача в тексті якомога довше. У пресі функції ініціювання та підтримання контакту містяться у заголовках. Отже, заголовки – це не просто ідентифікатори тексту. Завдяки їм одержувач помічає текст, цікавиться статтею і вирішує, чи читати її.

Емоції є елементом маніпуляцій, оскільки вони дають можливість явного звільнення від схематизму та умовності. Емоційна мова приваблива для реципієнта, оскільки створює коло близькості, свободи, а також вносить ірраціональний і несподіваний елемент.

## ВИСНОВКИ

### **Провівши дослідження авторці вдалося зробити наступні висновки:**

По-перше, аналіз зарубіжної та вітчизняної літератури з дослідженої теми, дає можливість констатувати, що розвиток медіа простору та соціальні зміни спричиняють потребу у дослідженні емоційно забарвленої лексики в мові польських ЗМІ, адже широкий спектр тем та підходів до надання певних повідомлень та новин у ЗМІ, який є частою причиною змін сприйняття та бачення світу, вважають упередженими або навіть маніпулятивними. Проведене дослідження побудоване на комплексному аналізі емоційно забарвленої лексики у структурно-стилістичному та семантичному аспектах, що дозволяє побачити повноцінну картину, що відображає сучасні тенденції розвитку функціонування лексичних засобів польської мови в сучасних періодичних виданнях.

По-друге, аналіз праць та досліджень науковців-лінгвістів, щодо вивчення понять емотивності та експресивності, дозволило визначити певні співвідношення та відмінності у трактуванні цих понять. Емотивність розуміється як особливість характеру емоційно забарвленого висловлювання, це лексичний прояв експресивної (емоційної) функції мови, однієї з основних її функцій. Експресивність – загальна семантична категорія, яка проявляється на всіх мовних рівнях, це вияв суб'єктивного принципу мови на противагу об'єктивній частині прагматики мови.

По-третє, комплексне дослідження особливостей вивчення емоційно забарвленої лексики у мові польських ЗМІ виявило, що вищезгадана лексика використовується для вираження різних почуттів. Існує багато стилістичних засобів, використання яких збагачує емоційне забарвлення змісту висловлювання: лексеми, фраземи, словотворчі суфікси, флексія, синтаксико-лексичні та синтаксично-інтонаційні засоби. Людина – істота емоційна, вона часто реагує на світ із захопленням або огидою, на іншого з любов'ю чи відразою. Експресивна лексика може також з'являтися в наративі або авторському описі світу, що служить для демонстрації авторського ставлення до

поданого змісту. Емоційно забарвлена лексика включає мовні засоби, пов'язані з духовним (емоційним) життям людини, включаючи: назви почуттів, назви розумової діяльності та назви психічних властивостей.

Наступним у ході дослідження проведено аналіз емоційно забарвленої лексики у контексті антропоцентричної парадигми, що доводить інтердисциплінарність роботи, яка полягає у послідовному врахуванні психологічних та філософських розробок у галузі вивчення емотивної сфери особистості. Такий аналіз визначив, що для багатьох лінгвістичних методів дослідження поняття людини в мові виступає як природний пункт відліку стосовно аналізованих мовних явищ та предметів. Принцип антропоцентризму в мовознавстві доводить, що досягнення адекватної концепції сутності мови можливе лише у випадку вивчення сутності людини, яка усвідомлює себе, своє місце у світі та свою роль у практичній діяльності.

Також слід зазначити, що тема роботи стосується трьох ключових питань, а саме теорії мовних полів, лінгвістичної теорії емоцій та питань лексико-семантичного дослідження, проведеного на основі матеріалу, зафіксованого в письмових текстах, в даному випадку в текстах польської преси. Розглянуті тема магістерського дослідження та проблеми є частиною досить популярного останнім часом у польському мовознавстві напрямку – праця посилається на традицію польських лексико-семантичних досліджень із використанням теорії мовних полів.

Наступна частина роботи присвячена структурно-семантичному аналізу емоційно забарвленої лексики. Одним із етапів аналізу зібраного матеріалу був його поділ на лексичне та семантичне поля за концепцією мовних полів. При його проведенні застосовано принцип накопичення лексики в межах словникових груп, позначених назвою поля домінанта (домінанта словникової групи). Цей принцип впливає із спостереження, що між різними емоціями можна виявити деяку ближчу або подальшу подібність. Подальші подібності, як правило, виникають між емоціями (настроями, установками), що характеризуються однаковим знаком валентності, і можуть стосуватися емоцій,

які у більшій чи меншій мірі відрізняються одна від одної, наприклад: незадоволення та безнадія або сором та страх. З іншого боку, деякі емоції настільки подібні, що їх відмінності можна охарактеризувати як надзвичайно тонкі, а тому важкі для сприйняття. Емоції також пов'язані ще одним специфічним фактором: окремі емоційні стани можна згрупувати на основі подібності фізіологічного збудження, характерного для цих станів.

Дослідження структурно-семантичної складової за допомогою концепції семантичних полів, уможливило змодельовання структурної організації відповідних мікрополів, зокрема визначення їх меж, ядерних частин та периферійних зон, семантичного обсягу їх компонентів тощо. Виявлено специфічні й спільні риси парадигматичних, синтагматичних й епідигматичних (асоціативно-дериваційних) відношень у межах кожного мікрополя. У кожному проаналізованому семантичному мікрополі виділено ядро та інші лексичні одиниці, що входять до складу периферії.

Аналіз структурно-семантичних особливостей назв емоційно-афективних станів, належних до мікрополів радості, смутку і страху в польській мові, дозволив описати відмінності у семантичній структурі синонімічних одиниць, розподілити їх між ядром та периферійними зонами, змодельовати шкалу їх інтенсивності тощо. Абсолютна більшість одиниць на позначення досліджуваних емоцій має великий словотвірний потенціал і характеризується широкою сполучуваністю, серед якої значно переважають асоціативно-переносні контексти, на основі яких вдається відтворити характерні для польської мовної свідомості образні втілення відповідних душевних переживань. Так, спільною для трьох груп емоцій є їх концептуалізація як субстанції (рідкої або газоподібної), локалізації (досліджувані переживання містяться, як правило, в серці й душі) та зовнішнє вираження (малюються в очах та на обличчі). Радість і смуток за набором своїх асоціацій утворюють діаметрально протилежні пари, оскільки емоції з групи радості маніфестуються в польській мовній свідомості як світло, сонце, вогонь, сила, що підносить людину вгору, окрилює. Смуток у свою чергу, втілюється як холод, морок, туман, гіркий смак, тягар, що тисне на

людину. Відтворені образні колокації дозволяють констатувати їх подібність із мікрополем страху, адже спільними для назв цих двох семантичних мікрополів є їх уявлення як хижої, ворожої сили по відношенню до людини, хвороби, низької температури та ін. Подібність образних утілень страху та смутку пояснюється негативною конотованістю обох переживань у польській мовній свідомості. Характерним для смутку є його зіставлення із чорним кольором, а для страху – із зерном. Дослідження контекстів, що позначають вегетативно-соматичні процеси аналізованих назв емоцій, свідчить про те, що вони виявились найвиразнішими у страху при майже повній відсутності в радості та смутку.

Також у роботі досліджено етимологію та значеннєву еволюцію емотивних назв. Аналіз емоційно забарвленої лексики в даній праці має багатоаспектний характер завдяки використанню синхронічного й діахронічного підходів, а також завдяки застосуванню різних методик дослідження. Вивчення емоційно забарвленої лексики у двох хронологічних площинах довело доцільність і ефективність такого поєднання у плані встановлення й аналізу відповідного фрагмента мовної картини світу, а також дослідження етимології емотивних назв. Реконструкція первісної внутрішньої форми назв емоцій і афектів дозволяє повніше розкрити їхнє цілісне значення в польській мові й культурі, а спостереження значеннєвих змін та еволюції цих одиниць дає змогу детальніше висвітлити зміни, що відбувались у свідомості та світосприйнятті носіїв мови.

У кінцевій частині дослідження виявлено лексико-стилістичні особливості матеріалів польських ЗМІ, які проявляються у використанні: метафорики, ідіоматичних виразів, трафаретних фраз, фразеологічних шаблонів, демінутивів, аугументативів, суфіксів. У ході роботи проаналізовано, та систематизовано форми, техніки, способи впливу медіа-маніпуляцій. Однією з особливостей сучасного світу є значна роль засобів масової інформації у створенні сприйняття бачення світу, насамперед електронного – телебачення, Інтернету. Часто можна зустріти думки, що саме ЗМІ визначають тенденції та напрямки соціальних змін, вказують, як людина повинна поводитися, що одягати, що, де і як їсти. Їх універсальність та здатність охопити багатомільйонну аудиторію своїми

повідомленнями посилює їхню роль у формуванні думок. Широкий спектр тем та маркетинговий підхід до повідомлення означають, що медіа-повідомлення часто вважають упередженим або навіть маніпулюють ним. На практиці це означає не стільки використання неправди, скільки передачу неповних, вибраних зображень, часто низької вартості, які іноді також містять маркетинговий зміст, таким чином, щоб задовольнити масового глядача. Ця процедура перекладається на кількість переглядів або “швидкість кліків”, а отже – збільшення доходів від реклами. Однією з найважливіших цільових груп для ЗМІ є молодь, а це означає, що наданий контент адаптується до рівня сприйняття цієї групи, тоді як медіа-повідомлення підпорядковується тим самим правилам, що і у випадку з дорослими. Іншими словами, це означає, що молоді люди через менший досвід, ще не повністю розвинену зрілість та особистість набагато більш сприйнятливі до маніпуляцій із ЗМІ.

Зіставлення двох образів емоцій – наукового та наївного, відтвореного на основі мовних фактів, – дозволяє стверджувати, що польська мова досить повно відбиває прояви досліджуваних станів людської психіки, дає людську картину бачення емоцій, яка є досить близькою до універсальної наукової картини, але водночас є національно специфічною, самобутньою й неповторною.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арнольд И. В. Интерпретация художественного текста: типы выражения и проблема экспрессивности / И. В. Арнольд // Экспрессив. средства англ. языка. – Ленинград, 1975. – С. 11-20.
2. Аскерова І. А. Семантичне поле назв емоційно-афективних станів у польській мові : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.03 / І. А. Аскерова. – Київ, 2006. – 230 с.
3. Бойко Н. І. Конотативна лексична семантика: інтенсивний і параметричний складники : монографія / Н. І. Бойко, Т. Л. Хомич. – Ніжин : Вид-во НДУ ім. М. Гоголя, 2011. – 167 с.
4. Бойко Н. І. Критерії виділення експресивної лексики / Н. І. Бойко // Гуманітарний вісн. Сер. Іноземна філологія: Проблеми сучасн. світ. літ. та лінгвістики. – Черкаси : ЧІТІ, 2000. – Число 4. – С. 100-105.
5. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографічний і функціональний аспекти : монографія / Н. І. Бойко. – Ніжин : ТОВ “Вид-во “Аспект-Поліграф”, 2005. – 552 с.
6. Васильев Л. М. “Стилистическое значение”, экспрессивность и эмоциональность как категории семантики / Л. М. Васильев // Проблемы функционирования языка и специфики речевых разновидностей: Междувуз. сб. науч. тр. – 1985. – С. 3-9.
7. Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография / В.В. Виноградов. – Москва : Изд-во “Наука”, 1977. – 312 с.
8. Воркачев, С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании / С. Г. Воркачев // Филологические науки, 2001. – № 1. – 267 с.
9. Ворожбитова, А. А. Теория текста: антропоцентрическое направление / А. А. Ворожбитова. – М.: Высш. шк., 2005. – 365 с.



10. Гнезділова Я. В. Емоційність та емотивність сучасного англомовного дискурсу: структурний, семантичний і прагматичний аспекти : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Я. В. Гнезділова. – Київ, 2007. – 291 с.
11. Гумбольдт В. фон Избранные труды по языкознанию / В. фон Гумбольдт; пер. с нем. Г. В. Рамишвили / Общ. ред. Г. В. Рамишвили; послесл. А. В. Гулыги и В.А. Звегинцева. – Москва : ОАО ИГ “Прогрес”, 2000. – 400 с.
12. Гухман М. М. Э. Сепир и “этнографическая лингвистика” // Вопросы языкознания, 1954, – С. 5-7.
13. Дащенко Н. Експресивні засоби газетного дискурсу / Н. Дащенко // Лінгвостилістика: об'єкт – стиль, мета – оцінка : зб. наук. праць, присвяч. 70-річчю від дня народж. проф. С. Я. Єрмоленко / Відп. ред. акад. НАН України В. Г. Складенко. – Київ, 2007. – С. 316-323.
14. Дорофеев, Ю. В. Антропоцентризм в лингвистике и предмет когнитивной грамматики / Ю. В. Дорофеев // Актуальные проблемы современной когнитивной лингвистики: мат. XV Междунар. лингвистической конф. “Язык и мир”. Таврический национальный ун-т им. В. И. Вернадского. – 2008. – 354 с.
15. Ермоленко С. С. Проблемы изучения экспресивных единиц языка / С. С. Ермоленко // Современ. зарубеж. языкознание: вопросы теории и методологии. – Київ : Наук. думка, 1983. – С. 140-159.
16. Ідзьо М. В. Засоби експресивізації текстів сучасного мас-медійного дискурсу / Мар'яна Ідзьо // Польські студії. – 2014. – № 7. – С. 172-180.
17. Ідзьо М. В. Способи досягнення емотивно-експресивного ефекту текстів польської преси / М. В. Ідзьо // Наук. записки Нац. ун-ту “Остроз. акад.”. Сер. “Філологія” : зб. наук. пр. – Острог, 2014. – Вип. 49. – С. 186-188.
18. Ідзьо М. В. Стилістичні засоби експресивізації (на матеріалі текстів сучасних польських ЗМІ) / М. В. Ідзьо // Наук. записки Нац. ун-ту “Острозька академія”. Сер. “Філологія” : зб. наук. пр. – Острог, 2014. – Вип. 44. – С. 107-109.
19. Кириленко Т. С. Психологія: емоційна сфера особистості : навч. посіб. / Т. С. Кириленко. – К. : Либідь, 2007. – 256 с.

20. Коваль Т. Л. Засоби експресивізації українського газетного дискурсу початку ХХІ ст. : дис. канд. філол. наук: 10.02.01. / Т. Л. Коваль. – Херсон, 2011. – 203 с.
21. Крайчинська Г. Польські фразеологізми з компонентом *rieniądze* на позначення рис характеру людини / Г. Крайчинська // Проблеми слов'язнавства: зб. наук. пр. / Під ред. В. Чорнія. – Львів, 2003. – Вип. 53. – С. 202-208.
22. Кудрявцева Л. А. Экспрессивы в современной газетной коммуникации (динамический аспект описания) / Л.А.Кудрявцева // Компарат. дослідж. слов'ян. мов і літератур: Пам'яті акад. Л. Булаховського. – Київ : Знання, 1999. – С. 65-69.
23. Лукьянова Н. А. Экспрессивность в системе, словаре и речи / Н. А. Лукьянова // Человечес. фактор в языке: Язык. механизмы экспрессивности. – Москва : Наука, 1991. – С. 157-178.
24. Лукьянова Н. А. О соотношении понятий экспрессивность, эмоциональность, оценочность / Н. А. Лукьянова // Актуал. проблемы лексикологии и словообразования. – Новосибирск, 1976. – Вып. 5. – С. 3-21.
25. Макаренко Є. А. Соціальна експресія української публіцистики / Є. А. Макаренко // Журналістика. (Преса, телебачення, радіо). – Київ, 1991. – Вип. 23. – С. 32-140.
26. Маслова В. А. Параметры экспрессивности текста / В. А. Маслова // Человечес. фактор в языке: Язык. механизмы экспрессивности. – Москва : Наука, 1991. – С. 179-205.
27. Мінкова О. Експресивний потенціал засобів вторинної номінації в мові новітньої української публіцистики : монографія / О.Мінкова. – Мелітополь : Вид. будинок ММД, 2012. – 176 с.
28. Мозгова Я. О. Мовностилістичні засоби експресивності сучасної німецької публіцистики (на матеріалі текстів-репортажів) : дис... канд. філол. наук: 10.02.04 / Я. О. Мозгова. – Київ, 2011. – 235 с.

29. Ніколаєнко Л.І. Категоризація і мовне вираження емоцій співчуття та злорадства (на матеріалі української, російської і польської мов) / Л. І. Ніколаєнко // Мовознавство. – 2005. – № 1. – С. 45-57.
30. Ніколаєнко Л. І. Концептуалізація заздрості у польській та російській мовах / Л. І. Ніколаєнко // Компарат. дослідж. слов'ян. мов і літератур: Пам'яті акад. Л. Булаховського. – Київ, 2012. – Вип. 18. – С. 116
31. Ніколаєнко Л. І. Оцінка в мовній концептуалізації емоцій групи “Співчуття” / Л. І. Ніколаєнко // Мовознавство. – 2016. – № 3. – С. 32-40.
32. Онищенко І. В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. / І. В. Онищенко. – Кривий Ріг, 2004. – 195 с.
33. Отин Е. С. Экспрессивно-стилистические особенности ономастической лексики в восточнославянских языках / Е.С.Отин // Труды по языкознанию. – Донецк : ООО “Юго-Восток, Лтд”, 2005. – С. 122-134.
34. Павлюх М. В. Соціально-політична комунікація в сучасних польських медіа : дис. канд. із соц. комун.: 27.00.04 / М. В. Павлюх. – Львів, 2016. – 224 с.
35. Пилинський М. М. Взаємодія художнього і публіцистичного стилів української мови / М. М. Пилинський. – К. : Наук. думка, 1990. – 216 с.
36. Пилинський М. М. Експресивність стилю масової політичної інформації / М. М. Пилинський // Мовознавство. – 1977. – № 5. – С. 35-47.
37. Потєбня А. А. Мысль и язык // А. А. Потєбня. – Изд-е 2-е. – Харків : Типография Адольфа Дарре, 1892. – 228 с.
38. Селіванова О. О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики (аналітичний огляд) / О. О. Селіванова. – Київ : Вид-во укр. фітосоціол. центру, 1999. – 158 с.
39. Селігей П. О. Внутрішня форма назв емоцій в українській мові : дис. канд. філол. наук: 10.02.01. / П. О. Селігей. – Київ, 2001. – 231 с.
40. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – Москва : Наука, 1989. – 143 с.

41. Телия В. Н. Механизмы экспрессивной окраски языковых единиц / В. Н. Телия // Человечес. фактор в языке: Язык. механизмы экспрессивности. – Москва : Наука, 1991. – С. 36-66.
42. Телия В. Н. О различии рациональной и эмотивной (эмоциональной) оценки / В. Н. Телия // Функциональная семантика: Оценка. Экспрессивность. Модальность. In memoriam Е.М. Вольф. – Москва, 1996. – С. 20-31.
43. Телия В. Н. Человеческий фактор в языке: Языковые механизмы экспрессивности : коллектив. моногр. / В. Н. Телия, Т. А. Графова и др. – Москва : Наука, 1991. – 214 с.
44. Цоллер В. Н. Соотношение категорий экспрессивности, эмотивности и оценочности в структуре лексического значения / В. Н. Цоллер // Научн. ведомости БГУ. – 1998. – № 2. – С. 43-54.
45. Чабаненко В. А. Стилїстика експресивних засобів української мови : монографія / В. А. Чабаненко. – Запоріжжя : ЗДУ, 2002. – 351 с.
46. Черниш Т. О. Внутрішня форма мовних одиниць і проблема мовного образу світу / Т. О. Черниш // О. О. Потебня й актуал. питання мови та культури : зб. наук. пр. – Київ, 2004. – С. 83-88.
47. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В. И. Шаховський. – Воронеж, 1987. – 206 с.
48. Шаховский В. И. Проблема разграничения экспрессивности и эмотивности как семантических категорий лингвостилистики / В. И. Шаховський // Проблемы семасиологии и лингвостилистики. – Рязань, 1975. – С. 3-25.
49. Шевченко Л. І. Медійна інтертекстуальність у дослідницьких парадигмах сучасної лінгвістики: наукові інтерпретації, опозиції, перспективи аналізу / Л.І.Шевченко // Актуал. проблеми укр. лінгвістики: теорія і практика : зб. наук. пр. – Київ, 2015. – Вип. 31. – С. 7-18.
50. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм “за” и “против”. – Москва, 1975. – С. 193-230.

51. Bally Ch. Mechanizm ekspresywności językowej / Ch. Bally; tłum. U. Dąbska-Prokop // Stylistyka Bally'ego. Wybór tekstów / Red. M. R. Mayenowa. – Warszawa : Państwowe Wyd-wo Naukowe, 1966. – S. 110-149.
52. Bartmiński J., Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata, [w:] Językowy obraz świata, pod red. J. Bartmińskiego, Lublin 1999, 103 s.
53. Bogołębska B. O niektórych przejawach kultury postmodernistycznej w dziennikarstwie na przykładzie gatunków prasowych / B. Bogołębska // Styl – Dyskurs – Media / Pod red. B. Bogołębskiej i M. Worsowicz. – Łódź : Wyd- wo Uniw. Łódzkiego, 2010. – S. 115-122.
54. Borkowski I. Aluzje i stylistyczne powinowactwa nagłówków prasowych lat 80. i 90. / I. Borkowski // Media. Język. Literatura: Korespondencje i transpozycje / Pod red. A. Woźnego. – Wrocław, 2002. – S. 157-175.
55. Filas R. Rośnie dominacja mediów elektronicznych – nowa faza przemian polskiego rynku / R. Filas // Zeszyty Prasoznawcze. – 2003. – R. 46. – № 3-4. – S. 7-34.
56. Gajda S. Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny / S. Grabias // Język w mediach masowych / Red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska. – Warszawa, 2000. – S. 19-27.
57. Gajda S. Nowe media w perspektywie lingwistycznej / S. Gajda // Styl – Dyskurs – Media / Pod red. B. Bogołębskiej, M. Worsowicz. – Łódź : Wyd-wo Uniw. Łódzkiego, 2010. – S. 25-31.
58. Grabias S. Derywacja a ekspresja / S. Grabias // Studia nad składnią polszczyzny mówionej. Księga referatów. – Wrocław, 1978. – S. 89-102.
59. Grabias S. Pojęcie językowego znaku ekspresywnego / S. Grabias // Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego / Prace Językoznawcze. – Wrocław, 1991. – S. 106-109.
60. Grochala B. Intertekstualność w nagłówkach “Gazety Wyborczej” / B. Grochala // Tekst w mediach / Pod red. K. Michalewskiego. – Łódź : Wyd-wo Uniw. Łódzkiego, 2002. – S. 222-229.

61. Grucza F. (1983), Zagadnienia metalingwistyki. *Lingwistyka – jej przedmiot, lingwistyka stosowana*. Warszawa, 1995. – S. 113-129.
62. Grzegorzczkova R. Struktura semantyczna wyrażen ekspresywnych / R. Grzegorzczkova // *Z zagadnien wspolczesnego jezyka polskiego* / Red. M. Szymczak. – Wrocław, 1978. – S. 117-123.
63. Idzo M. Ekspresywizacja nazw własnych we wspolczesnych mediach polskich / M. Idzo. – *LingVaria*. – 2015. – № 2 (20). – S. 123-134.
64. Kępa-Figura D. Językowy obraz świata a medialny obraz świata / D. Kępa-Figura // *Zeszyty Prasoznawcze*. – 2006. – Z. 1 – 2. – S. 5-62.
65. Kowalewska-Dąbrowska J. Gry językowe w tekstach publicystycznych. Kreacja czy manipulacja? / J. Kowalewska-Dąbrowska // *Kreowanie światów w języku mediów* / Red. P. Nowak, R. Tokarski. – Lublin : Wyd-wo UMCS, 2007. – S. 87-105.
66. Krapiec, M. Język i świat realny. *Dzieta XIII*. Lublin: KUL, 1995. – S. 123-134.
67. Kudra B. Między manipulacją a perswazją (o funkcjonowaniu antroponimów w tekście prasowym) / B. Kudra, A. Kudra // *Manipulacja w języku* / Pod red. P. Krzyżanowski, P. Nowak. – Lublin, 2004. – S. 91-99.
68. Kudra B. Sposoby powstania prasowych okazjonalizmów politycznych / B. Kudra // *Poradnik Językowy*. – 1996. – Z. 8. – S. 35-44.
69. Lazarus R. *Emotion and adaptation*, – New York : Oxford University Press. – 1991. – S. 123-135.
70. Rejter, A., *Leksyka ekspresywna w historii języka polskiego. Kulturowo-komunikacyjne konteksty potoczności*, Katowice, 2006. – S. 91-99.
71. Rutkowski M. Media i nazwy: z zagadnień onomastyki medialnej / M. Rutkowski, K. Skowronek. – Kraków : Wyd-wo “Lexis”, 2004. – 172 s.
72. Skubalanka T. O ekspresywności języka / T. Skubalanka // *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio F, Nauki Filologiczne i Humanistyczne*. – 1973. – Vol. 27. – S. 123-135.
73. Skubalanka T. Ekspresywność języka a mowa potoczna / T. Skubalanka // *Poetyka i stylistyka słowiańska : materiały Komisji Poetyki i Stylistyki Słowiańskiej*

Międzynarodowego Komitetu Sławistów, 18 – 20 kwietnia, Warszawa / Pod red. S. Skwarczyńskiej. – Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1973. – S. 177-183.

74. Smółkowa T. Neologizmy we współczesnej leksyce polskiej / T. Smółkowa. – Pułtusk – Kraków : Wyd-wo Instytutu Języka Polskiego PAN, 2001. – 196 s.

75. Smółkowa T. Nominacja językowa. Na materiale nazw rzeczownikowych / T. Smółkowa. – Wrocław, 1989. – 146 s.

76. Tokarski R. Granice pola znaczeniowego / R. Tokarski // Słownictwo w opisie języka / Pod red. K. Polański. – Katowice, 1984. – S. 85-100.

77. Tokarski R. Medialna wizja świata / R. Tokarski, P. Nowak // Prace Sławistyczne. – 1997. – № 105. – S. 103-114.

78. Trier, Jost. Der deutsche Wortschatz im Sinnbezirk des Verstandes: Die Geschichte eines sprachlichen Feldes I. Von den Anfängen bis zum Beginn de, 13. Jhdts. – Heidelberg: Winter, 1931. – 146 s.

79. Waszakowa K. Formant -ista // -ysta i jego warianty: -(y)sta, -alista, -onalista, -onista we współczesnej polszczyźnie ogólnej / K. Waszakowa // Studia z filologii polskiej i słowiańskiej. – 1995. – № 32. – S. 121-135.

80. Wąsik E. Język - narzędzie czy właściwość człowieka? : założenia gramatyki ekologicznej lingwistycznych związków międzyludzkich / Wąsik E. // Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza. - Poznań, 2007. – S. 280

81. Wierzbicka A. Problemy ekspresji. Ich miejsce w teorii semantycznej / A. Wierzbicka // Dociekania semantyczne. – Wrocław, 1969. – S. 33-61.

82. Zgólkowa H. Ekspresywność jako element zróżnicowania stylowego współczesnej polszczyzny / H. Zgólkowa // Studia Polonistyczne. – 1988 / 1989. – № 16 / 17. – S. 211-225.

83. Zgólkowa H. Leksyka ekspresywna jako wyróżnik potocznej odmiany współczesnej polszczyzny / H. Zgólkowa // Język potoczny jako przedmiot badań językoznawczych / Pod red. S. Gajdy, Z. Adamiszyn. – Opole, 1991. – S. 45-52.

## СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

84. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова – Изд. 4-е, стер. – М. : КомКнига, 2007. – 576 с.
85. Голянич М. І. Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / М.І.Голянич, Р.І.Стефурак, І.О.Бабій; за ред. М. І. Голянич. – Івано-Франківськ : Сімик, 2011. – 272 с.
86. Єрмоленко С. Я. Експресивність / С. Я. Єрмоленко // “Українська мова”. Енциклопедія. – 3-є вид., зі зм. і доп. – Київ : Вид-во “Укр. енцикл.” ім. М. П. Бажана, 2007. – С 176-177.
87. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-Київ, 2011. – 844 с.
88. Т. Б. Лукінова. Лер-Сплавінський Тадеуш // Тадеуш Лер-Сплавінський // Енциклопедія сучасної України: у 30 т / ред. кол. І. М. Дзюба [та ін.]; НАН України, НТШ, Координаційне бюро енциклопедії сучасної України НАН України. — К., 2003-2019. – 956 с.
89. Brückner A. Słownik etymologiczny języka polskiego, Kraków: Krajowska spółka wydawnicza, 1927. – S. 107.
90. Drabik L. Słownik języka polskiego / L. Drabik, A. Kubiak-Sokół, E.Sobol, L.Wiśniakowska. – Warszawa: Wyd-wo Naukowe PWN, 2011. – 1357 s.
91. Pisarek W. Ekspresywizm / W. Pisarek // Encyklopedia języka polskiego / Pod red. S. Urbańczyka i M. Kucaly. – Wyd. 3-cie, pop. i uzup. – Wrocław, Warszawa, Kraków, 1999. – S. 87.
92. Pisarek W. Funkcje mowy / W. Pisarek // Encyklopedia języka polskiego / Pod red. S. Urbańczyka i M. Kucaly. – Wrocław, Warszawa, Kraków, 1999. – Wyd. 3-cie, pop. i uzup. – S. 106 – 107.
93. Słownik języka polskiego : w 11 t. / pod red. W. Doroszewskiego. – Warszawa : Państwowe Wyd-wo “Wiedza Powszechna”, 1959. – T. 2. – 1050 s.
94. Słownik języka polskiego [Zasób elektroniczny]. – Tryb dostępu: <http://sjp.pwn.pl>



95. Wielki słownik języka polskiego [Zasób elektroniczny]. – Tryb dostępu: <http://www.wsjp.pl>

### СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

96. Baczyński, J. (2020, Październik 12). Dość tego. Polityka. Retrieved from <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1976540,1,dosc-tego.read>

97. Bendyk, E. (2020, Wrzesień 15). Skok do krainy po-wolności. Polityka. Retrieved from <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1976380,1,skok-do-krainy-po-wolnosci.read>

98. Chutnik, S. (2020, Październik 20). Zgruzowstałość. Polityka. Retrieved from <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1976574,1,zgruzowstalosc.read>

99. Ćwiklak, D. (2020, Luty 15). Budżet i inflacja. Czy już czas zapiać pasy. Newsweek. Retrieved from <https://www.newsweek.pl/biznes/budzet-2020-podatki-inflacja-i-emerytury-kontra-mateusz-morawiecki/f5ntbnh>

100. Długosz, D. (2020, Październik 8). Afery PiS. Newsweek. Retrieved from <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/rodzice-kontra-szkola-zimna-wojna/cv4q4q3>

101. Dudek, A. (2020, Październik 16). Pisowski buldożer buksuje. Polityka. Retrieved from <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1976550,1,pisowski-buldozer-buksuje.read>

102. Gajek, M. (2020, Październik 13). Sztuczne diamenty. Newsweek. Retrieved from <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/krok-w-doroslosc-jak-wyglada-dzisiaj-zycie-studenta/yx6cetw>

103. Jałochowski, K. (2020, Wrzesień 11). Muzyk, który gra z roślinami. Polityka. Retrieved from <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1976408,1,jacek-mazurkiewicz--muzyk-ktory-gra-z-roslinami.read>

104. Karpiuk, D. (2020, Wrzesień 17). Krok w dorosłość. Newsweek. Retrieved from <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/krok-w-doroslosc-jak-wyglada-dzisiaj-zycie-studenta/yx6cetw>

105. Kublik, A. (2020, Wrzesień 15). Leasingowy barometr kryzysu koronawirusowego. Wyborcza. Retrieved from <https://wyborcza.pl/7,155287,26448026,leasingowy-barometr-kryzysu-koronawirusa-na-jak-dlugo-odbil.html>
106. Lis, T. (2020, Październik 10). Finał. Newsweek. Retrieved from <https://www.newsweek.pl/opinie/tomasz-lis-final-felieton/vt6z1f9>
107. Maciejasz, D. (2020, Wrzesień 17). Klamka zapadła. Wyborcza. Retrieved from <https://wyborcza.biz/biznes/7,147584,26457065,klamka-zapadla-spolki-komandytowe-od-przyszlego-roku-podatnikami.html>
108. Mazzini, M. (2020, Luty 15). Pływające więzienia, czyli koronawirus na wielkich wycieczkowcach. Polityka. Retrieved from <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/swiat/1942584,1,plywajace-wiezienia-czyli-koronawirus-na-wielkich-wycieczkowcach.read?src=mt>
109. Moskal, W. (2020, Wrzesień 10). Tyjemy, bo zajadamy stres. Wyborcza. Retrieved from <https://wyborcza.pl/TylkoZdrowie/7,137474,26457171,tyjemy-bo-zajadamy-stres-czy-po-pandemii-koronawirusa-czeka.html>
110. Prusek, T. (2012, Styczeń 4). Polityka w giełdowym składzie porcelany. Wyborcza. Retrieved from [https://wyborcza.pl/1,155290,10910293\\_Polityka\\_w\\_gieldowym\\_skladzie\\_porcelany.html?pelna=tak](https://wyborcza.pl/1,155290,10910293_Polityka_w_gieldowym_skladzie_porcelany.html?pelna=tak)
111. Skibińska, R. (2020, Wrzesień 15). Kto zyskał na pandemii? Wyborcza. Retrieved from <https://wyborcza.biz/biznes/7,147584,26458683,kto-zyskal-na-pandemii-wbrew-pozorom-nie-branza-pogrzebowa.html>
112. Stefanicki, R. (2020, Październik 20). Kazachstan już się nie obraża na Borata. Wyborcza. Retrieved from [https://wyborcza.pl/7,75399,26460315\\_kazachstan-juz-sie-nie-obraza-na-borata-a-przynajmniej-rzad.html](https://wyborcza.pl/7,75399,26460315_kazachstan-juz-sie-nie-obraza-na-borata-a-przynajmniej-rzad.html)
113. Świąchowicz, M. (2020, Luty 10). Bezpowrotni. Dlaczego imigranci nie chcą wracać do Polski. Newsweek. Retrieved from <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/emigracja-po-polsku-po-brexicie-polacy-nadal-opuszczaja-kraj/2w7vlhw>

114. Tomczuk, J. (2020, Październik 3). Zimna wojna. Newsweek. Retrieved from <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/rodzice-kontra-szkola-zimna-wojna/cv4q4q3>

115. Wojtasiński, Z. (2007, Czerwiec 3). Globalne ogłupienie. Ekobałamucenie. Wprost. Retrieved from <https://www.wprost.pl/tygodnik/107676/Globalne-oglupienie.html>

## РЕЗЮМЕ

У кваліфікаційній магістерській роботі висвітлено основні аспекти лінгвістичних досліджень емоційно забарвленої лексики. Проаналізовано особливості вивчення емоційно забарвленої лексики у мовознавстві. Було проведено дослідження емоцій у контексті антропоцентричної парадигми сучасної лінгвістики. Було зібрано сучасні розробки лінгвістів, щодо проблеми розуміння мови почуттів. Врахувавши рівні мови, було розглянуто способи називання почуттів та їх вираження. Охарактеризовано способи називання почуттів та реакцій, які можуть свідчити про переживання певних почуттів. Аналіз висловлювань, що містять іменування та вираження почуттів, доводить, що на різних рівнях мови обговорюване явище зустрічається в різних межах і проявляється різними мовними засобами.

Проведено структурно-семантичний аналіз емоційно забарвленої лексики у текстах польських ЗМІ. Завдяки застосованій концепції семантичних полів було виявлено ядерні та периферійні зони значень лексичних одиниць, було виділено три семантичних мікрополя: радості, смутку та страху. Було проведено етимологічний аналіз емотивних назв та розглянуто закріплені традиційні уявлення та смислову еволюцію емотивних назв.

Виявлено стилістичні особливості емоційно забарвленої лексики у мові польських ЗМІ. Проаналізовано сучасний стан розвитку медіа-простору та форми, техніки і способи впливу медіа-маніпуляцій.

## RESUMÉ

Kwalifikacyjna praca magisterska podkreśla główne aspekty badań językowych nad słownictwem emocjonalnie zabarwionym. Analizowane są osobliwości uczenia się słownictwa emocjonalnie zabarwionego w językoznawstwie. Przeprowadzono badanie emocji w kontekście antropocentrycznego paradygmatu współczesnego językoznawstwa. Zebrano współczesne opracowania językoznawców dotyczące

problemu rozumienia języka uczuć. Biorąc pod uwagę poziom języka, rozważano sposoby nazywania uczuć i ich wyrażania. Opisano sposoby nazywania uczuć i reakcji, które mogą świadczyć o doświadczaniu pewnych uczuć. Analiza wyrażen zawierających nazywanie i wyrażanie uczuć dowodzi, że na różnych poziomach języka omawiane zjawisko zachodzi w różnych granicach i przejawia się różnymi środkami językowymi.

Przeprowadzono analizę strukturalno-semantyczną słownictwa o zabarwieniu emocjonalnym w tekstach polskich mediów. Dzięki zastosowanej koncepcji pól semantycznych zidentyfikowano jądrowe i peryferyjne strefy znaczeń jednostek leksykalnych, zidentyfikowano trzy semantyczne mikropola: radości, smutku i strachu. Przeprowadzono analizę etymologiczną nazw emocjonalnych i rozważono ustalone tradycyjne idee oraz ewolucję semantyczną nazw emocjonalnych.

Ujawniono stylistyczne cechy słownictwa zabarwionego emocjonalnie w języku polskich mediów. Przeanalizowano aktualny stan rozwoju przestrzeni medialnej oraz form, technik i metod wpływania manipulacji medialnych.

## **RESUME**

The qualifying master's thesis highlights the main aspects of linguistic research of emotionally colored vocabulary. Peculiarities of studying emotionally colored vocabulary in linguistics are analyzed. The study of emotions in the context of the anthropocentric paradigm of modern linguistics was conducted. Modern developments of linguists on the problem of understanding the language of feelings were collected. Given the levels of language, the ways of naming feelings and their expression were considered. Ways of naming feelings and reactions that may indicate the experience of certain feelings are described. Analysis of expressions containing naming and expression of feelings proves that at different levels of language the phenomenon under discussion occurs within different limits and is manifested by different linguistic means.

The structural-semantic analysis of emotionally colored vocabulary in the texts of the Polish media is carried out. Thanks to the applied concept of semantic fields, central and peripheral zones of meanings of lexical units were identified, three semantic microfields were identified: joy, sadness and fear.

An etymological analysis of emotional names was performed and the established traditional ideas and semantic evolution of emotional names were considered.

The stylistic features of emotionally colored vocabulary in the language of the Polish media are revealed. The current state of development of media space and forms, techniques and methods of influencing media manipulations are analyzed.