

УДК 811.111

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/73-2-38>

**Олена ПЕТУХОВА,**

*orcid.org/0000-0003-2368-3177*

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри педагогіки, української та іноземної філології  
Харківської державної академії дизайну і мистецтв  
(Харків, Україна) *eip019680@gmail.com*

**Алла ГОВОРУН,**

*orcid.org/0000-0002-5392-9003*

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри педагогіки, української та іноземної філології  
Харківської державної академії дизайну і мистецтв  
(Харків, Україна) *hovorunalla@gmail.com*

## ЛІНГВАЛЬНІ ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ЕМОЦІЙ В АНГЛОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

Стаття присвячена дослідженню лінгвальних вербалізаторів емоцій в англomовному публіцистичному тексті. Актуальність статті полягає в необхідності розуміння та аналізу мовних засобів, що використовуються для вираження емоцій в публіцистичних текстах. З урахуванням поширеності та впливу масмедіа, розуміння способів передачі емоцій через мову стає важливим аспектом для мовознавців, психологів, журналістів та всіх, хто цікавиться вивченням комунікації. Окрім того, зростання інтересу до психолінгвістики та когнітивної лінгвістики підкреслює важливість дослідження емоційного вираження у текстах. Дослідження цього питання допоможе краще зрозуміти взаємозв'язок між мовою та емоціями, а також вплив мовлення на сприйняття та реакцію аудиторії. Мета статті полягає у дослідженні лінгвальних засобів, що використовуються для вербалізації емоцій в англomовних публіцистичних текстах. У статті систематизовано та класифіковано лінгвальні засоби, які застосовуються для передачі емоційної інформації, та зосереджено увагу на їхньому впливі на сприйняття та реакцію аудиторії. Дослідження здійснено на матеріалі текстів сайту *www.theguardian.com*. Автори статті дослідили вербалізатори емоцій на фонетичному, морфологічному, лексичному та синтаксичному рівнях. Крім того, розглянуто важливість вивчення лінгвальних засобів вербалізації емоцій у контексті англomовної публіцистики та їхній вплив на формування суспільної думки та комунікативну взаємодію. На думку авторів, результати дослідження сприятимуть кращому розумінню природи емоційного вираження у публіцистичних текстах та розвитку ефективних комунікативних стратегій для взаємодії з аудиторією.

**Ключові слова:** англійська мова, емоція, лінгвальні засоби, лінгвістика, публіцистичний текст.

**Olena PETUKHOVA,**

*orcid.org/0000-0003-2368-3177*

PhD in Philology, Associate Professor,  
Associate Professor at the Department of Pedagogy, Ukrainian and Foreign Philology  
Kharkiv State Academy of Design and Arts  
(Kharkiv, Ukraine) *eip019680@gmail.com*

**Alla HOVORUN,**

*orcid.org/0000-0002-5392-9003*

PhD in Philology, Associate Professor,  
Associate Professor at the Department of Pedagogy, Ukrainian and Foreign Philology  
Kharkiv State Academy of Design and Arts  
(Kharkiv, Ukraine) *hovorunalla@gmail.com*

## LINGUAL MEANS OF VERBALIZATION OF EMOTIONS IN AN ENGLISH PUBLISHING TEXT

The article is devoted to the study of lingual verbalizers of emotions in an English publishing text. The relevance of the article lies in the need to understand and analyze the linguistic means used to express emotions in journalistic texts. Given the prevalence and influence of mass media, understanding the ways in which emotions are conveyed through

*language is becoming an important aspect for linguists, psychologists, journalists and anyone interested in the study of communication. In addition, the growing interest in psycholinguistics and cognitive linguistics emphasizes the importance of studying emotional expression in texts. The study of this issue will help to better understand the relationship between language and emotions, as well as the impact of speech on the perception and reaction of the audience. The purpose of the article is to study the linguistic means used to verbalize emotions in English-language journalistic texts. The article systematizes and classifies the linguistic means used to convey emotional information and focuses on their impact on the audience's perception and reaction. The study is based on the texts of the website www.theguardian.com. The authors of the article have investigated the verbalizers of emotions at the phonetic, morphological, lexical and syntactic levels. In addition, the importance of studying the linguistic means of verbalizing emotions in the context of English-language journalism and their impact on the formation of public opinion and communicative interaction is considered. The results of the study will contribute to a better understanding of the nature of emotional expression in journalistic texts and the development of effective communication strategies for interaction with the audience.*

**Key words:** *English, emotion, lingual means, linguistics, publishing text.*

**Постановка проблеми.** У сучасному світі англomовні публіцистичні тексти відіграють значну роль у формуванні та вираженні суспільної думки. Однак сьогодні лінгвальні засоби вербалізації емоцій у текстах цього жанру залишаються недостатньо вивченими. Проблема полягає у нестачі наукових досліджень, що концентрувалися б на вивченні механізмів вираження емоцій через мовні засоби в англomовних публіцистичних текстах. У цьому контексті, варто зазначити, що потребує уваги аналіз лінгвальних засобів, які використовуються для вербалізації емоцій в англomовних публіцистичних текстах. Вирішення цієї проблеми дозволить краще зрозуміти природу та механізми вираження емоцій в аналізованих текстах, а також сприятиме розвитку ефективних комунікативних стратегій для взаємодії з реципієнтами.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій** засвідчує зростаючий інтерес до цієї проблематики серед лінгвістів та дослідників комунікації. Багато останніх досліджень зосереджуються на аналізі конкретних мовних прийомів та стратегій, які використовуються для вираження емоційного стану (Бондарчук, 2016; Степанюк, 2014). Деякі дослідження розглядають вплив цих засобів на реакцію аудиторії та сприйняття інформації (Кайсіна, 2018; Мандер, 2014), інші – ставлять за мету класифікацію лінгвальних засобів вербалізації емоцій на прикладі різних мов (Малиненко, 2014; Мілова, 2014; Падалка, 2014). Н. Цинтар (2018) аналізує культурну специфіку емотивності в міждисциплінарній парадигмі. Проблеми перекладу лінгвальних засобів розглядають Н. Глушак (2014), Л. Тараненко (2017), І. Шахновська (2017) та інші дослідники.

Отже, наукові дослідження останніх років надають важливі висновки про студіювання емоцій в лінгвістичному аспекті, однак засвідчують про необхідність нових підходів до розуміння їхньої вербалізації у публіцистичному мовленні, що зумовило тему нашого дослідження.

**Метою статті** є дослідження лінгвальних засобів, які використовуються для вербалізації емоцій в англomовних публіцистичних текстах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Мова постає не лише як інструмент культурних цінностей, але й як засіб формування емоцій, що відображають особливий спосіб, яким людина сприймає світ навколо себе. Науковці, які досліджують емоції в лінгвальному аспекті, вважають, що коли мови ще не існувало, були почуття (Бондарчук, 2016; Штефанюк, 2017), тому спочатку позначення предметів та явищ навколишнього світу базувалися на людських емоціях. Упродовж багатьох років науковці дискутували про те, чи повинна лінгвістика брати до уваги емоційні елементи.

Деякі вчені вважають, що мова насамперед використовується для трансляції релевантної інформації, її обробки та передачі знань між поколіннями. Всі ці аспекти супроводжуються емоційними реакціями, переживаннями і потребами, які відтворюються в мовленні. Така позиція, ймовірно, походить від теорії Е. Сепіра, яка полягає в тому, що мова є інстинктивним інструментом і що формування ідей є важливішим для мови, ніж вираження волі та почуттів. Сьогодні ця думка вважається хибною, адже «емоції є рушійною силою творчого мислення, поведінки та мовних рефлексів людей» (Штефанюк, 2017). У цьому контексті варто зазначити, що в сучасному мовознавстві використовуються різноманітні терміни для позначення наук, що досліджують емоції, такі як емоціологія, емотіологія, лінгвістика емоцій та інші. Термін «емоціологія» є комплексним і охоплює не лише лінгвістику емоцій, але й психологію, філософію та інші галузі. У лінгвістиці емоцій досліджуються різні аспекти, такі як «використання мовних засобів для вираження емоцій на різних рівнях мови, функціонально-семантичний аспект, семасіологічний аспект (включаючи семантичні ознаки, які сигналізують емотивність мовної одиниці, та їх адрегенність та

інгерентність), аспект вираження в соціальному контексті, аспект взаємозв'язку емоцій з лінгвістичними категоріями оцінки, експресії, модальності, прагматики та інші» (Білас, 2011: 19).

Відомо, що мова реалізує комунікативну, ідентифікаційну, емотивну, гносеологічну, мислетворчу, естетичну, культурологічну та інші функції (Бондарчук, 2016; Загнітко, 2020). Серед них «емотивна функція відіграє значущу роль у вираженні почуттів мовця, його ставлення до подій або у намірі викликати у співрозмовника певну реакцію» (Штефанюк, 2017). Інакше кажучи, емотивна функція мови призначена для вербалізації емоцій.

У «Сучасному тлумачному психологічному словнику» надається таке трактування поняття «ЕМОЦІЯ (від лат. *emovere* – збуджувати, хвилювати) – психічне відображення у формі безпосереднього упередженого переживання змісту життєвих явищ і ситуацій, обумовленого відношенням їхніх об'єктивних властивостей до потреб суб'єкта» (Шапар, 2007: 127). У психолінгвістиці емоція позначається як «різноманітні психічні явища, що у формі переживань виражають значущість для індивіда певних об'єктів, предметів, ситуацій тощо» (Загнітко, 2020: 178). На думку Г. Кузенка, мовні засоби, що виражають категорію емотивності у тексті, проявляються на всіх рівнях: фонетико-графічному, морфологічному, лексичному і синтаксичному, графічному (Кузенко, 2000: 77).

Для нашого дослідження релевантним є аналіз публіцистичних текстів в аспекті вербалізації емоцій. Зазначимо, що публіцистика – це «особливий рід літератури та журналістики, звернений до найактуальніших проблем, вирішення яких має велике значення для суспільства» (Літературна енциклопедія, 2020). Інакше кажучи, публіцистичні тексти є доступними та цікавими для широкої аудиторії, а значить, мають вплив на думку значної кількості реципієнтів. Розглянемо, як продуценти публіцистичних текстів застосовують лінгвальні засоби для емоційного впливу на читачів на прикладі статей англomовного сайту [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com).

Емоційні елементи та емотивні засоби на фонетичному рівні несуть додаткову інформацію, яка виражається «інтонацією, темпом, мелодією, тембром, наголосом, сполученням фонем, різними видами пауз, стиків, ритмів, а також подвоєнням чи римуванням комбінацій типу: *helter-skelter*, *teeny-weeny*, *hickety-pickety*, більшість з яких мають жартівливий відтінок» (Глушак, 2014: 77). До таких засобів належать «знак оклику (*Paula:*

*After a hard campaign – victory!*), знак питання та знак оклику (*You adorable child?!*), великі літери (*I KNOW ALL THAT!*), три крапки (*It's ... exhilarating*), тире й дефіс (*“No – thank you!” said Bertha*)» (Мілова, 2014: 107).

Фонетичний аналіз тексту в аспекті емоційності може включати різноманітні аспекти звуків, інтонації та ритму мовлення, наприклад, у статті під назвою *“Forget regret! How to have a happy life – according to the world's leading expert”* (06.02.2023) – *«Забудьте про жаль! Як прожити щасливе життя – за версією провідного світового експерта»*. В такому випадку, текст *“Forget regret! How to have a happy life – according to the world's leading expert”* має деякі фонетичні характеристики, які можуть підсилити певні емоційні відтінки. Фраза *“Forget regret!”* має енергійний та рішучий тон, який може викликати позитивні емоції, виділяючи впевненість та оптимізм. Окрім того, речення містить знак оклику. Аналізуючи заголовки, можна припустити, що текст має позитивний тон, оскільки використовується слово *“happy”* (щасливий) та заклик до того, щоб ні про що не жаліти (*“Forget regret”*).

Слово *“regret”* (жаль) може викликати негативні емоції, але автор закликає забути про нього. Використання фрази *“according to the world's leading expert”* (згідно з провідним експертом світу) може підсилити довіру до вмісту тексту і викликати позитивні емоції. Текст, ймовірно, адресований тим, хто прагне щастя і хоче дізнатися поради від експерта. Цільова аудиторія, ймовірно, зацікавлена в позитивних емоціях та радості. Читачі, можливо, реагують на текст з позитивними емоціями, сподіваючись отримати поради, як стати щасливішими. Отже, загальний емоційний тон тексту відображає позитивний настрій та спрямований на виклик радості та оптимізму.

На морфологічному рівні емоції відтворюються в словах, в яких емоційне ставлення до об'єкта реалізується граматичними способами та певними афіксами. Наприклад, суфіксами *-ard*, *-eer*, *-ster/-aster* (*hipster*) та напівафіксом *-monger* (*scare-monger*), що надають словам негативної конотації. Зі свого боку, суфікс *-y* (*daddy*) створює позитивну конотацію. Наприклад, іменник **hipster**, що має суфікс *-ster*, зафіксовано у заголовку статті *“It's not all coffee shops and hipsters: what we get wrong about gentrification”* (05.09.2022) – *«Це не лише кав'ярні та хіпстери: як ми помиляємось у розумінні джентрифікації»*.

Іменник **hipster** має емоційне забарвлення та може викликати емоційну реакцію у читачів.

У цьому випадку, обговорення джентрифікації може викликати різні емоції в аудиторії, такі як обурення, співчуття, захоплення тощо. З погляду синтаксичного аналізу, речення, в якому вжито слово **hipster** є доволі довге як для заголовка, що може передавати напруженість або емоційне навантаження.

Аналізоване слово, що містить негативну конотацію, трапляється ще в одному заголовку: *“When ‘hipster fascists’ start appearing in the media, something has gone very wrong”* (23.05.2018) – «Коли в ЗМІ починають з’являтися «хіпстерські фашисти», це дуже погано». Негативну конотацію самого слова **hipster** посилює його взаємодія з іменником **fascists**, семантика якого відома кожній людині у світі та може викликати лише негативні емоції. При розгортанні теми статті вжито словосполучення *“dangerous trend of humanising extremists”* (небезпечна тенденція гуманізації екстремістів), яке взаємодіє із заголовним словосполученням **‘hipster fascists’**, посилюючи негативні емоції: *“The Sunday Times profiled members of Generation Identity with a picture that made them look like members of a boyband. This dangerous trend of humanising extremists must stop”* – «Газета Sunday Times опублікувала портрет членів організації «Ідентичність покоління», на якому вони виглядають як учасники бойз-бенду. Ця небезпечна тенденція гуманізації екстремістів має бути зупинена».

У заголовку наступної статті зафіксовано два іменники, що утворені за допомогою суфіксів, які викликають у читача позитивні (-y) та негативні емоції (-ster) одночасно. Іменник **Daddy** в ініціалній позиції заголовка викликає емоцію умиротворення, а от словосполучення **hipster dads**, зафіксоване у медіальній позиції заголовка, нівелює позитивну емоцію від іменника **daddy**: *“‘Daddy’ not cool: why hipster dads want their kids to call them ‘Papa’* (4.12.2016) – «Тато» – це не круто: чому татусі-хіпстери хочуть, щоб їхні діти називали їх «Папа»». У вступному блоці статті вжито епітети, які характеризують, як сприймається слово **daddy**: *“Some American parents want their kids to reject the very bland and drab name ‘Dad’ and to start calling them ‘Papa’. Will it catch on?”* – «Деякі американські батьки хочуть, щоб їхні діти відмовилися від дуже м’якого і сірого імені «тато» і почали називати їх «татко». Чи приживеться це?».

На лексичному рівні в англomовних публіцистичних текстах вербалізуються власні емоційні стани та емоційні стани інших осіб. При цьому М. Степанюк (2014: 259) зазначає, що «під час вербалізації емоційних станів інших мовець

робить припущення про емоційний стан іншої людини, орієнтуючись на ситуацію». Для вербалізації емоційного стану використовуються різні частини мови (*seriousness, angry, unhappy, hope, happy, happiness, despair, interest* тощо). Наприклад, у статті під заголовком *“You’re not poor. You’re broke”* (12.03.2019) у контексті: *“My heart breaks when my friends conflate the two terms: understanding the difference between ‘broke’ and ‘poor’ is the first step toward building a more equitable society”* – «Моє серце розривається, коли мої друзі змішують ці два терміни: розуміння різниці між «збанкрутілим» і «бідним» – це перший крок до побудови більш справедливого суспільства».

Словосполучення *“my heart breaks”* викликає сум та розчарування, вказуючи на те, що автор відчуває глибоке емоційне зворушення, можливо, з приводу чогось болісного або неприємного. Слово *“conflate”* вказує на те, що автор реагує на певне непорозуміння або помилкове зіставлення двох термінів. Це може викликати емоції розчарування або подиву. Вживання слова *“understanding”* вказує на те, що автор підкреслює важливість осмислення та розуміння певної концепції. Це може викликати емоції зацікавленості та мотивації. Словосполучення *“equitable society”* вказує на прагнення до справедливості та рівності у суспільстві, що викликає емоції співчуття, надії та бажання змінити стан речей на краще. Аналізований уривок публіцистичного тексту містить слова та словосполучення, які викликають різні емоційні реакції, від суму та розчарування до надії та мотивації.

На синтаксичному рівні емоції виражаються шляхом вживання окличних, питальних, еліптичних, інвертованих речень, вставних елементів, клішованих (*how, what a, such a*) та емотивно-підсилюючих структур (*how much, very much, those*) (Кондратьєва, 2014). Як зазначають науковці, «чим вищий ступінь емоційного напруження, тим вищий ступінь дезорганізації синтаксичної структури: перерваність, повтори, незакінченість синтаксичних конструкцій, які характерні для високої концентрації емоцій» (Мац, 2003 : 182). Реалізацію лінгвального відтворення емоції спостерігаємо у заголовку *“What a trip! Psychedelic hair designs inspired by Grateful Dead gigs – in pictures”* (7.10.2023) – «Ось це подорож! Психоделічні зачіски, натхненні концертами Grateful Dead – у фото». Заголовок починається з вигуку *“What a trip!”*, що вказує на враження або емоції автора, які можуть бути викликані асоціацією з чимось цікавим, захоплюючим або неймовірним. Описова фраза *“Psychedelic hair designs”* окрес-

лює тему, а словосполучення *“inspired by Grateful Dead gigs”* позначає джерело натхнення. Загалом, ця фраза передає емоції та асоціації, пов'язані з психоделічними музичними виступами і творчістю. Додавання словосполучення *“in pictures”* у фінальній позиції заголовка підсилює ідею візуального зображення та може викликати емоції подиву або захоплення, оскільки читач очікує побачити якісь цікаві зображення.

У наведеному прикладі синтаксична структура речення допомагає виразити емоційне навантаження тексту, зокрема за допомогою вигуку, описових фраз та додаткової інформації.

У наступному заголовку речення починається з вигуку *“What a waste”*, що вказує на враження або емоції автора. У цьому випадку вираз *“What a waste”* виражає розчарування або невдоволення тим, що відбувається: *“What a waste: New York City budget cuts eviscerate community composting groups”* (12.02.2024) – *«Яке марнотратство: Скорочення бюджету Нью-Йорка знищує громадські групи з компостування»*. Заголовок описує ефект бюджетних скорочень на спільноти, які займаються компостуванням. Використання слова *«eviscerate»* (випотрошити) може передавати сильну емоційність, оскільки це вказує на дуже серйозний негативний вплив.

У вступному блоці аналізованого публіцистичного тексту вжито поширене речення *“City’s waffling on food scrap programs not only harms environment but also hinders participation in waste management schemes”* – *«Вагання міської влади щодо програм з переробки харчових відходів не лише шкодить довкіллю, а й перешкоджає участі у схемах поводження з відходами»*. У цьому реченні розглядається більше аспектів проблеми. Використання *“not only... but also”* вказує на те, що проблема має подвійний негативний вплив. Словосполучення *“Harms environment”* та *“hinders participation”* також виражають емоційність, негативне ставлення до окресленої ситуації.

У наведеному прикладі синтаксична структура речень допомагає виразити емоційне навантаження тексту, зокрема за допомогою вигуку, описових речень та поширених речень, які вказують на негативні наслідки.

Цікавим для синтаксичного аналізу в аспекті емоційності видається заголовок *“Our political situation is such a fragile thing”: Robert De Niro on fatherhood, family – and Trump”* (16.10.2023) – *«Наша політична ситуація – така крихка річ»: Роберт Де Ніро про батьківство, сім'ю та Трампа»*.

Цитата *“Our political situation is such a fragile thing”* звучить як риторичне питання, що може передавати стурбованість або невпевненість у політичному стані справ. Словосполучення *“such a fragile thing”* викликає емоцію обережності та нервовості.

Після двокрапки наведено теми, які обговорюються в інтерв'ю – *“Robert De Niro on fatherhood, family – and Trump”*. Ця конструкція допомагає читачеві зрозуміти, що буде обговорюватися в статті, та може викликати емоції зацікавлення та очікування.

Використання антропоніма *“Trump”* у заголовку може викликати різні емоції в читачів, залежно від їхнього ставлення до цієї особи. У деяких реципієнтів це може викликати зацікавленість або підтримку, а в інших – роздратування або невдоволення.

У наведеному прикладі синтаксична структура речення та його компонентів допомагає відтворити емоційне навантаження тексту, зокрема через вираз стурбованості, зацікавлення та можливого політичного підтексту.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Дослідження лінгвальних засобів вербалізації емоцій в англійських публіцистичних текстах підтверджує їхню важливу роль у формуванні емоційного висловлювання та сприйнятті інформації. Засвідчено широкий спектр прийомів, які використовуються для вираження емоційної зарядженості у публіцистичних матеріалах, від інтонаційних засобів до синтаксичних. Встановлено, що ефективне використання лінгвальних засобів вербалізації емоцій сприяє покращенню комунікативної ефективності тексту та його впливу на аудиторію. Дослідження підтверджує необхідність подальших наукових розробок у цьому напрямі з метою розширення знань про роль емоційного виразу у публіцистичному мовленні.

Перспективи подальших досліджень можуть охоплювати вивчення емоційного висловлювання в різних жанрах англійського публіцистичного дискурсу з метою виявлення загальних та специфічних особливостей; розробку нових методик та практичних рекомендацій для використання емоційного виразу у публіцистичному мовленні з метою забезпечення його максимальної ефективності, а також вивчення міжкультурних відмінностей у використанні лінгвальних засобів вербалізації емоцій у публіцистичних текстах різних національних та культурних контекстів.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білас А. А. Категорія емотивності у лінгвістиці. Мова і культура (Науковий журнал). Київ: Видавничий Дім Дмитра Бурого, 2011. Вип. 14. Т. III (119). С. 17–24.
2. Бондарчук Т. І. Лексичні засоби вираження емотивного значення в сучасній німецькій мові. Науковий вісник Східноєвроп. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство. 2016. № 5 (330). С. 285–289.
3. Глушак Н. Особливості відтворення емотивності в романі «Таємний сад» Ф.Г. Бернет. Актуальні питання гуманітарних наук. 2014. Вип. 10. С. 100–104.
4. Загнітко А. Сучасний лінгвістичний словник. Вінниця: ТВОРИ, 2020. Х, 920 с.
5. Кайсіна Д. М. Англomовний дискурс ідеації: стратегії комунікативного впливу (на матеріалі інтернет-платформи TED): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2018. 318 с.
6. Кондратьєва О., Шахновська І. Відтворення емотивних синтаксичних засобів в українському перекладі англomовної драми. Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика: зб. наук. праць. Київ: Аграр Медіа Груп, 2014. С. 169–173.
7. Кузенко Г. М. Мовні засоби вираження емотивності. Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки. 2000. Т. 18. С. 76–83.
8. Літературна енциклопедія. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/dic/show.php?w=144>
9. Малиненко О. Є. Особливості лінгвістичної категоризації емоцій. Нова філологія. 2014. № 62. С. 186–192.
10. Мандер С. М. Емоції та їх вербальна репрезентація в українській та американській лінгвокультурах. Мовні і іконцептуальні картини світу. 2014. Вип. 50(2). С. 42–48.
11. Мац І. І. Різновиди емоцій та способи їх вербалізації (на матеріалі англійської мови). Вісник Житомирського педагогічного університету. Житомир: Вид-во ЖДПУ ім. І. Франка, 2003. Вип. 11. С. 181–183.
12. Мілова М. М. «Експресивність» та «емотивність» у мові та мовленні. Рівні передачі емоцій у художньому англomовному тексті. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2014. Вип. 9. С. 104–107.
13. Падалка Ю. М. Емотивність як підкатегорія модальності (на матеріалі іспанської мови). Мовні і концептуальні картини світу. 2014. Вип. 50(2). С. 174–181.
14. Степанюк М. П. Лексичні та лексико-стилістичні засоби вираження емоцій у романах Ш. Бронте та Е. Бронте. Науковий вісник Чернівецького університету. Германська філологія. 2014. Вип. 692–693. С. 258–260.
15. Тараненко Л. І. Специфіка перекладу емотивних конструкцій на позначення невдоволення (на матеріалі англomовної художньої прози). Молодий вчений. 2017. № 7. С. 239–243.
16. Цинтар Н. В. Аналіз культурної специфіки емотивності в міждисциплінарній парадигмі. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2018. № 34. Т. 2. С. 55–58.
17. Шапар В. Б. Сучасний глумачий психологічний словник. Х.: Прапор, 2007. 640 с.
18. Шахновська І. І. Емотивна забарвленість як проблема перекладу (на матеріалі дитячої та підліткової літератури науково-популярного та наукофантастичного спрямування). Матеріали міжнародної науково-практичної конференції: м. Львів, 8–9 грудня 2017 р. Львів: ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2017. С. 23–26.
19. Штефанюк Н. С. Дослідження емотивності як лінгвістичної категорії у сучасному мовознавстві. Сучасні дослідження з іноземної філології. 2017. Вип. 15. С. 199–207.

### REFERENCES

1. Bilas A. A. (2011). Katchorriia emotyvnosti u lnhvistytsi [Category of emotionality in linguistics]. Mova i kultura (Naukovyi zhurnal) – Language and culture (Scientific journal). Kyiv: Vydavnychiy Dim Dmytra Buraho, 14. T. III (119), 17–24 [in Ukrainian].
2. Bondarchuk T. I. (2016). Leksychni zasoby vyrazhennia emotyvnoho znachennia v suchasni nimetskii movi [Lexical means of expressing emotional meaning in the modern German language]. Naukovyi visnyk Skhidnoievrop. nats. un-tu im. Lesi Ukrainky. Filolohichni nauky. Movoznavstvo – Scientific Bulletin of Eastern Europe. national University named after Lesya Ukrainka. Philological sciences. Linguistics, № 5(330), 285–289 [in Ukrainian].
3. Hlushchak N. (2014). Osoblyvosti vidtvorennia emotyvnosti v romani “Taiemnyi sad” F.H. Burnet [Peculiarities of reproducing emotionality in the novel “Secret Garden” F.G. Burnet]. Aktualni pytannia humanitarnykh nauk – Current issues of humanitarian sciences, 10, 100–104 [in Ukrainian].
4. Zahnitko A. (2020). Suchasnyi lnhvistychnyi slovnyk. Vinnytsia: TVORY [in Ukrainian].
5. Kaisina D. M. (2018). Anhlmovnyi dyskurs ideatsii: stratehii komunikatyvnoho vplyvu (na materialii internet-platformy TED): dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. [English-language discourse of ideation: strategies of communicative influence (on the material of the Internet platform TED): diss. ... candidate philol. Sciences: 10.02.04] Kharkiv [in Ukrainian].
6. Kondratieva O., Shakhnovska I. (2014). Vidtvorennia emotyvnnykh syntaksychnykh zasobiv v ukrainskomu perekladii anhlmovnoi dramy [Reproduction of emotional syntactic devices in the Ukrainian translation of an English-language drama]. Fakhovyi ta khudozhnii pereklad: teoriia, metodolohiia, praktyka: zb. nauk. prats. – Professional and artistic translation: theory, methodology, practice: coll. of science works, Kyiv: Ahrar Media Hrup, 169–173 [in Ukrainian].
7. Kuzenko H. M. (2000). Movni zasoby vyrazhennia emotyvnosti [Linguistic means of emotional expression]. Naukovi zapysky NaUKMA. Filolohichni nauky – Scientific notes of NaUKMA. Philological sciences, 18, 76–83 [in Ukrainian].
8. Literaturna entsyklopediia [Literary encyclopedia]. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/dic/show.php?w=144> [in Ukrainian].

9. Malynenko O. Ye. (2014). Osoblyvosti linhvistychnoi katehorizatsii emotsii [Peculiarities of linguistic categorization of emotions]. *Nova filolohiia – New philology*, 62, 186–192 [in Ukrainian].
10. Mander S. M. (2014). Emotsii ta yikh verbalna reprezentatsiia v ukrainskii ta amerykanskii linhvokulturakh [Emotions and their verbal representation in Ukrainian and American linguistic cultures]. *Movni i ikontseptualni kartyny svitu – Linguistic and conceptual pictures of the world*, 50(2), 42–48 [in Ukrainian].
11. Mats I. I. (2003). Riznovydy emotsii ta sposoby yikh verbalizatsii (na materialy anhliiskoi movy) [Types of emotions and methods of their verbalization (on the material of the English language)]. *Visnyk Zhytomyrskoho pedahohichnoho universytetu – Bulletin of Zhytomyr Pedagogical University*, Zhytomyr: Vyd-vo ZhDPU im. I. Franka, 11, 181–183 [in Ukrainian].
12. Milova M. M. (2014). “Ekspresyvnist” ta “emotyvnist” u movi ta movlenni. Rivni peredachi emotsii u khudozhnomu anhlomovnomu teksti [“Expressiveness” and “emotionality” in language and speech. Levels of emotion transfer in an English-language literary text]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Filolohiia – Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Philology*, 9, 104–107 [in Ukrainian].
13. Padalka Yu. M. (2014). Emotyvnist yak pidkatehoriia modalnosti (na materialy ispaniskoi movy) [Emotionality as a subcategory of modality (based on material from the Spanish language)]. *Movni i kontseptualni kartyny svitu – Linguistic and conceptual pictures of the world*, 50(2), 174–181 [in Ukrainian].
14. Stepaniuk M. P. (2014). Leksychni ta leksyko-stylistychni zasoby vyrazhennia emotsii u romanakh Sh. Bronte ta E. Bronte [Lexical and lexical-stylistic means of expressing emotions in the novels of Sh. Bronte and E. Bronte]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu. Hermanska filolohiia – Scientific Bulletin of Chernivtsi University. Germanic philology*, 692–693, 258–260 [in Ukrainian].
15. Taranenko L. I. (2017). Spetsyfika perekladu emotyvnnykh konstrukttsii na poznachennia nevdovolennia (na materialy anhlomovnoi khudozhnoi prozy) [The specificity of the translation of emotional constructions to indicate dissatisfaction (on the material of English-language literary prose)]. *Molodyi vchenyi – A young scientist*, 7, 239–243 [in Ukrainian].
16. Tsyntar N. V. (2018). Analiz kulturnoi spetsyfiky emotyvnosti v mizhdystyplinarnii paradyhmi [Analysis of the cultural specificity of emotionality in the interdisciplinary paradigm]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiia – Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Ser.: Philology*, 34(2), 55–58 [in Ukrainian].
17. Shapar V. B. (2007). Suchasnyi tлумachnyi psykholohichnyi slovnyk [Modern explanatory psychological dictionary]. X.: Prapor, 2007 [in Ukrainian].
18. Shakhnovska I. I. (2017). Emotyvna zabarvlenist yak problema perekladu (na materialy dytiachoi ta pidlitkovoi literatury naukovo-populiarnoho ta naukovofantastychnoho spriamuvannia) [Emotional coloring as a problem of translation (on the material of children’s and adolescent literature of popular science and science fiction)]. *Materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii: m. Lviv, 8-9 hrudnia 2017 r. Lviv: HO “Naukova filolohichna orhanizatsiia “LOHOS”, 23–26 [in Ukrainian].*
19. Shtefaniuk N. S. (2017). Doslidzhennia emotyvnosti yak linhvistychnoi katehorii u suchasnomu movoznavstvi [The study of emotionality as a linguistic category in modern linguistics]. *Suchasni doslidzhennia z inozemnoi filolohii – Modern research on foreign philology*, 15, 199–207 [in Ukrainian].