

колірному оформленні не лише соціальної, а й комерційної реклами (показує відсоток знижки й дати, особливо в період святкових чи акційних пропозицій), як тло або акцентний колір літер і цифр. Хоча звичніша дизайнерська практика, коли на червоному тлі колір літер буде жовтим або білим, оскільки «контрастне кольорове сполучення підвищує ефективність візуального сприйняття інформації» (Arnheim, 2004, р. 78).

Розглянуті приклади національно-культурної специфіки колірному оформленню соціальної реклами в українській лінгвокультурі яскраво свідчать про збереження традиційних рис навіть у такій глобалізованій сфері, як сучасна реклама. Не випадково досі важливу роль як у виборі колірних рішень у вітчизняному дизайні, так і рекламному бізнесі відіграють культурні традиції. Хоча за нашими спостереженнями, в умовах глобалізації національно-культурна специфіка символіки будь-якого кольору і червоного зокрема нівелюється, зменшується ступінь її значущості, оскільки асоціативні культурні зв'язки стають дифузними, рухливими. Тим не менш запровадження лінгвокультурологічного коментаря щодо вивчення рекламних текстів в аудиторії іншомовних комунікантів дозволяє відстежити особливості української лінгвокультури, виокремити її культурні цінності й традиції.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Горіна, Ж. Д., & Гадомська, А. А. (2014). Мовленнєво-культурна адаптація іноземних студентів шляхом аналізу креолізованих текстів української реклами. *Наука і освіта*, 10, 51–54. <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/6710>
2. Горіна, Ж. Д. Візуальна метафора в дискурсі соціальної реклами. У Н. Кондратенко (Ред.), *Прикладна лінгвістика на Півдні України: здобутки і перспективи. Колективна монографія*, 15–22. Вінниця: ТВОРИ. <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/18293>
3. Дзівак, О. М. (1975). Про систему назв кольорів у сучасній українській мові. *Українське мовознавство*, 3, 23–31.
4. Іттен, Й. (2022). Мистецтво кольору: суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва. Київ: ArtHuss.
5. Пастуро, М. (2020). Кольори наших споминів. Київ: Ніка-Центр.
6. Arnheim, R. (2004). *Art and Visual Perception*. Berkeley, Los Angeles, London: University of CA Press.

*Коваленко Валентина*, канд. філол. наук, доцент,  
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка,  
м. Київ, Україна

#### ХАРАКТЕРИСТИКА ЕМОТИВНОСТІ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

Впродовж останніх десятиліть намітилася тенденція до детального, різнобічного вивчення особливостей художнього тексту. Значний інтерес викликає категорія емотивності, її онтологічна сутність та мовні засоби реалізації.

Дослідження емотивності художнього тексту спирається на низку основних характеристик цієї категорії: емотивний фон, емотивна тональність, емотивне забарвлення, емотивна спрямованість, емотивна модальність, емотивні інтенції тексту та інші.

Емотивна тональність у тексті художньої літератури формується за допомогою тональних емоцій оповідача. Художній твір характеризується багатосуб'єктивністю, яка є основою емотивної сітки текстів художнього стилю. Накладення різноманітних емоцій зумовлює особливості емотивного забарвлення художніх текстів. Відображення емотивних компонентів тексту здійснюється завдяки системі емотивних засобів, а також за допомогою текстових засобів передачі емоційної інформації. Сукупність всіх засобів емотивності в тексті, їх відбір та компоновка утворюють емотивне забарвлення тексту. Отже, під емотивним забарвленням розуміють набір мовних та текстових засобів, які використовуються автором для передачі емоційного змісту.

Емотивність на мовному рівні має семантичну природу і входить до структури значення слова у формі найменшого смислового компонента – емотивної семи. Текстовий рівень емотивності охоплює різнорівневі компоненти: 1) вербальні: емотивна лексика та сталі, здебільшого фразеологічні вирази, комплекс емотивних конструкцій; 2) невербальні: емоційна ситуація, яка включає низку емоційних текстових компонентів.

Емотивна семантика може бути представлена в денотативному значенні слова та утворювати його зміст. Така емотивна семантика характерна для слів-афективів. Емотивна конотація формується емотивними семами, що знаходяться за межами логіко-предметної частини семантики слова. Емотивні семи пов'язані з певними ядерними семами або асоціюються з ними. Емотивна семантика може бути представлена також як потенційний варіант у значенні лексичної одиниці. Тобто це внутрішня реалізація емотивності. Зовні емоції проявляються у міміці, жестах, поведінці та мовленні і сприймаються як індикатори тих чи інших емоцій.

Одним із найбільш універсальних та поширених способів вираження емоцій є їх вербалізація у мовленні. Мовлення ніяких емоцій не містить, тому що емоція – феномен психічний, а текст може містити лише опис емоцій. У тексті вербалізуються не всі, а лише деякі емоції з емоційної сфери автора. Вербалізація емоцій можлива двома способами:

1) номінації емоційних станів як фактів. Так, наприклад, у разі вживання слова „der Zorn“ або „der Ärger“ мовець лише називає / описує емоційний стан як факт;

2) вираження емоційних станів за допомогою експресії. Так, коли вживається вираз „vor Glück strahlen“ (сяяти від щастя), то в цьому випадку передається ще й почуття / ставлення до поняття, що позначається.

Відмінність цих двох способів вербалізації емоцій полягає у тому, що у першому випадку емоція – це не почуття, а лише логічна думка про нього. Лексика, що називає емоції, має асоціативно-емотивний характер, бо вона, не висловлюючи емоції, асоціативно відсилає свідомість того, хто говорить, до сфери емоцій. У другому випадку йдеться про безпосередню демонстрацію емоцій у мові, що супроводжується внутрішнім та зовнішнім переживанням.

У якості прикладу можна навести слова у німецькій мові, які не лише називають поняття, але й відображають ставлення мовця до них. Наприклад, у ви-

разі „der weichherzige Mann“, який означає м'якосерда, добродушна людина, прикметник „weich“ лише в поєднанні зі словом „das Herz“ набуває відповідного емотивного значення. А в словосполученні „weicher Sessel“ – м'яке крісло, прикметник „weich“ не має емоційного забарвлення. У першому прикладі міститься характеристика людини та позитивне ставлення автора до неї. У другому випадку надається лише опис предмета без вираження відношення автора. Отже, найперше словосполучення можна назвати емоційно забарвленим.

З огляду на це, емоційну лексику часто називають оцінною або емоційно-оцінною. Проте слід зазначити, що емоційні слова можуть і не містити оцінки. Наприклад, вигуки нічого не оцінюють. І навпаки – слова, в яких оцінка є суттю їхнього лексичного значення, можуть не мати емоційного забарвлення (erfolgreich, wenig, gut), бо оцінка у їх значенні є не емоційною, а логічною.

Отже, з метою досягнення ефективності та переконливості, автор синтезує в тексті різні мовні та мовленнєві механізми експресивності, використовуючи як емотивні, так і нейтральні слова та вирази.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бондарчук, Т. І. (2016). Лексичні засоби вираження емотивного значення в сучасній німецькій мові. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 5, 285–290.
2. Заболотна, Тетяна (2023). Роль вербальних і невербальних засобів вираження емоцій у художньому тексті. *Теоретична і дидактична філологія*, 36, 154–163.
3. Die Macht der Sprache: Wie Worte Gedanken und Gefühle prägen (2023). URL: <https://www.bonn-institute.org/news/psychologie-im-journalismus-2> (дата звернення: 01.5.2025).

*Ковтун Оксана*, канд. філол. наук, доцент,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса,  
м. Вінниця, Україна

#### КАТЕГОРІЯ ДЕТЕРМІНОВАНостИ ІМЕННИКА ЯК ЧИННИК МОДЕЛЮВАННЯ ЗНАЧЕННЯ ОЦІНКИ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Морфологія оцінки належить до актуальних напрямів сучасного мовознавства, що розвивається в межах лінгвоаксіології (Т. Космеда й О. Халіман). Потребують дескрипції особливості вербалізації граматичного значення оцінки в різних мовах, що проєктується на виокремлення *контрастивної граматики оцінки* із залученням до порівняння фактів української і англійської мов. Зазначене зумовлює актуальність цієї розвідки.

Мета наукової студії – схарактеризувати категорію детермінованості іменника як маркера моделювання значення оцінки в англійській мові.

Нагадаймо, що в англійській мові іменник нерозривно пов'язаний з артиклем і не вживається без нього (в українській мові артиклі відсутні). *Категорія детермінованості (означеності / неозначеності)* в українській мові не належить до граматичних, оскільки реалізується на лексичному й синтаксичному