

університету. Сер.: Філологія. 2021. № 48. Том 1. С. 88–91.

2. Павловська Л. Лінгвокультурні особливості вербальних формул побажань з компонентом «ЗЕМЛЯ» на матеріалі різноструктурних мов. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологія.* Вип. 20 (88). 2023. С 49–52.

## **ПОТЕНЦІАЛ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНО-ОЦІННОЇ ЛЕКСИКИ В СУЧАСНОМУ АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ВІДЕОБЛОГІВ ЛЕДІ КОЛІН КЕМПБЕЛ)**

Залужна Ольга,  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри англійської філології  
Донецького національного університету імені Василя Стуса  
м. Вінниця, Україна  
[olgazaluzhna@gmail.com](mailto:olgazaluzhna@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-7929-6769>

Ковтонюк Аміна,  
здобувач 1 курсу другого (магістерського) рівня вищої освіти  
спеціальності Філологія  
(спеціалізація Германські мови та літератури (переклад включно),  
перша – англійська)  
Донецького національного університету імені Василя Стуса  
м. Вінниця, Україна  
[kovtoniuk.a@donnu.edu.ua](mailto:kovtoniuk.a@donnu.edu.ua)  
<https://orcid.org/0009-0003-0006-5103>

У сучасній лінгвістиці панує загальна думка про нерозривний зв'язок емотивності з оцінністю та її фундаментом – оцінкою, що постає актуальним питанням у межах досліджень таких наук, як філософія, психологія, логіка, лінгвістика. Сутність мовної та мовленнєвої оцінності, особливості її прояву та класифікація й досі є предметом дискусій лінгвістів.

Оцінка належить до сфери свідомості людини і є результатом формування цінностей, які набувають аксіологічної значущості. Як аксіологічна категорія, оцінка безпосередньо пов'язана з номінативною та комунікативною функціями мови, а, відтак, є антропоцентричною та універсальною, яка сприяє

формуванню національної специфіки сприйняття світу [3, с. 31].

Аксіологічна природа оцінки реалізується у мові за допомогою різних лінгвістичних засобів – морфологічних, лексичних та синтаксичних, узагальненого інваріантного значення схвалення/несхвалення дій, процесів, явищ, фактів тощо. Т. А. Космеда зазначає, що «оцінка – це категорія, що об'єднує всі засоби, які має сучасна мова у своєму розпорядженні для категоризації й позначення розмаїття оцінних значень, що мотивовані зв'язками між мовцем і дійсністю» [3, с. 18]. Втім, окрім семантичного підходу до визначення оцінки як лінгвістичної категорії, існують також дослідження, що опираються на її функціональну сторону – тобто категорію, яка відображає функцію слова або словосполучення в мовленні, пов'язану з вираженням емоцій або оцінки (наприклад, задоволення / незадоволення).

Розглядаючи поняття оцінки в структурі слова, варто зазначити, що вона нерозривно пов'язана з емотивним компонентом конотації, який включає в себе і раціональну, і емоційну оцінку. Значна частина оцінної лексики потенційно зв'язана з емотивним компонентом.

Емоційно-оцінна лексика присутня у різних аспектах людського спілкування, зокрема і у медійному дискурсі, що визначається динамікою і швидкістю реакції на події, широким спектром аудиторій та впливом на громадську думку у сучасному інформаційному суспільстві. Дослідження медіадискурсу постає перед мовознавцями як питання проблематичне й широке, адже його вивчення неможливе без аналізу супутніх факторів: сфери вживання, особливостей, функцій, даних паралельних наук, інформації як головної структурної одиниці медіадискурсу, основи його існування. Його зміст віддзеркалює події політичного, економічного, культурного життя суспільства. Головними цілями медіадискурсу є не тільки передача інформації, а й опис ситуації, регулювання дійсності адресата, вплив на його свідомість, отримання очікуваного від нього результату та прогнозування стану речей [1, с. 267].

Зокрема, YouTube як найбільш популярний міжнародний засіб медіа комунікації (як усної, так і письмової) хоч і характеризується специфічними нормами і правилами використання мови, втім різноманітність тематики, миттєве відображення новітніх тенденцій в усній та письмовій формах, можливість спостерігати мову в її тісному безпосередньому зв'язку з паралінгвістичними засобами спілкування (мовою жестів, міміка, тон і висота голосу, графічні засоби в письмових формах YouTube-комунікації тощо) роблять його цінним джерелом для актуальних сучасних лінгвістичних досліджень [2, с. 39].

Мовна специфіка дискурсу YouTube має великий вплив на формування суспільної думки та сприйняття громадськістю ключових постатей, зокрема таких, як члени британської королівської родини. Здійснення аналізу структурно-семантичних особливостей емоційно-оцінної лексики, уживаної для їхнього позначення, стає важливим завданням не лише для окремих аспектів вивчення мови, але й для розуміння впливу мови на формування публічної думки та вражень. Розглянемо наступний приклад мовлення із англomовного відеоблогу леді Колін Кемпбелл: *I think by now all know that Harry is going to be coming over to see his father, which I think is a very good thing. A very good thing as well. He said Megan isn't coming which is a very good thing as well, because nobody wants to see Megan. Nobody at all. And Harry is the King's son. The King loves Harry* [4]. Емоційно-оцінна номінація *very good thing* підсилена синтаксично повторенням, що виражає схвалення, тоді як *nobody wants to see Megan* хоч і не містить експліцитної оцінності у семантиці, але функціонально виражає емоційну функцію незадоволення. Повторення простих за структурою еліптичних речень *And Harry is the King's son. The King loves Harry* підкреслює позитивне ставлення королівської родини до принца Гаррі. Відтак, бачимо, що мовні засоби, які використовує леді Колін Кемпбелл у власному відеоблозі, спрямовані на створення позитивного образу принца Гаррі та негативного

образу його дружини Меган, мають потенціал впливати на формування публічної думки та вражень про цих двох людей.

Отже, дослідження емоційно-оцінної лексики в медіадискурсі демонструє міждисциплінарний характер, поєднуючи методологічні підходи різних наук: лінгвістики, психології, соціології тощо. Медіа простір відеохостінгової платформи YouTube, який динамічно розвивається та сприяє миттєвому глобальному поширенню інформації, суттєво впливає на формування публічної думки та маніпулювання свідомістю аудиторії, що, в свою чергу, демонструє значний потенціал дослідження емоційно-оцінної лексики на матеріалі сучасного англійськомовного медіадискурсу.

### Джерела та література

1. Баранова С. В., Коритнік Д. Ю. Медіадискурс як різнопланове явище сучасних медіадосліджень. *Нова філологія*. 2020. № 80. Том I. С. 266–271. URL : <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/84965/1/Media%20discourse%20as%20a%20diverse%20phenomenon%20of%20modern%20media%20researches.pdf> (дата звернення: 04.02.2024)
2. Залужна О. О. YouTube Discourse as a New Dimension of the Linguistic Research. *Текст і дискурс: когнітивно-комунікативні перспективи* : збірн. мат-в IV Всеукр. наук. інт.-конференції (м. Кам'янець-Подільський, 18–19 березня 2021 р.). Кам'янець-Подільський, 2021. С. 39–42.
3. Космеда Т. А. Аксіологічні аспекти прагмалінгвістики: формування і розвиток категорії оцінки. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2000. 305 с.
4. The Official YouTube Channel Of Lady C / Lady Colin Campbell. *Charles' illness/Harry & Meghan's money troubles: polo & jewel line/Imran Khan latest/Kate's fate* веб-сайт. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=Tww5mhX4h9w&ab\\_channel=LadyColinCampbell](https://www.youtube.com/watch?v=Tww5mhX4h9w&ab_channel=LadyColinCampbell) (дата звернення: 07.02.2024).