

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет "Острозька академія"  
Навчально-науковий інститут лінгвістики  
Кафедра англійської філології

## **Кваліфікаційна робота**

на здобуття освітнього ступеня магістра

на тему:

**ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ МЕХАНІЗМИ ЕМОЦІЙ НА ПРИКЛАДІ  
АНГЛОМОВНОГО ФІЛЬМУ «EAT, PRAY, LOVE»**

Виконала: студентка II курсу, групи ЗМА-2  
спеціальності: 035 Філологія  
спеціалізації: 035.041 Германські мови та літератури  
(переклад включно), перша – англійська  
Ковтонюк Анастасія Сергіївна

Керівник Лушпай Людмила Іванівна

Рецензент \_\_\_\_\_  
науковий ступінь, звання, прізвище, ім'я, по батькові

Роботу розглянуто і допущено до захисту  
на засіданні кафедри англійської філології  
протокол № \_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.  
Зав.кафедри \_\_\_\_\_ Анатолій ХУДОЛІЙ

Острог – 2024 рік

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЕМОЦІЙ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Проблеми відображення емоцій у мові.....	7
1.2. Шляхи вербалізації емоцій.....	16
1.3. Художній фільм як засіб відображення емоційності людини.....	26
Висновки до розділу 1.....	28
<b>РОЗДІЛ 2. ЛІНГВІСТИЧНІ ТА ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ В АНГЛОМОВНИХ ФІЛЬМАХ.....</b>	<b>30</b>
2.1. Вербальні засоби репрезентації емоційного стану особистості у сфері кіно.....	30
2.2. Співвідношення категорій емотивності та експресивності та мовні засоби їх вираження.....	36
2.3. Відображення національних особливостей емоцій у вербальній комунікації в сфері кіно.....	43
Висновки до розділу 2.....	49
<b>РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ ЕМОЦІЙ НА ПРИКЛАДІ ФІЛЬМУ «EAT, PRAY, LOVE».....</b>	<b>51</b>
3.1. Лексичне вираження емотивності у фільмі «Eat, Pray, Love».....	51
3.2. Психолінгвістичні механізми опису емоцій у фільмі «Eat, Pray, Love».....	63
Висновки до розділу 3.....	71
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>73</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>77</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Емоційний аспект людського життя є надзвичайно складним і відображає ключові моменти людських переживань. Люди можуть відчувати різноманітні емоції, починаючи від спокою під час звичайних щоденних справ і закінчуючи глибоким смутком через втрату когось близького. Вивчення емоцій та почуттів є важливим не тільки для фізіологів та психологів, але й для лінгвістів. У лінгвістиці особливу увагу приділяють мовним інструментам, які допомагають висловлювати емоції автора чи оратора, а також впливати на емоційний стан слухачів або читачів.

Дослідження емотивної лексики є захоплюючим, адже вона дозволяє зрозуміти сутність людських емоцій, почуттів та пристрастей через слова, які переносять їх з внутрішнього світу особистості до зовнішнього. Аналіз такої лексики важливий для інтерпретації змісту художніх текстів та загального розуміння людської психології. Емоції персонажів відкривають унікальну психологічну реальність, відображаючи внутрішній світ персонажа через їх взаємодію з іншими персонажами та різними життєвими обставинами.

Актуальність дослідження психолінгвістичних механізмів емоцій на прикладі англomовного фільму «Eat, Pray, Love» полягає у можливості глибшого розуміння способів вербалізації емоцій та їх ролі у кінематографі як особливій формі мистецтва. Кіно, завдяки своїм специфічним засобам вираження, таким як візуальні образи, музика, акторська гра та діалоги, має потужний вплив на глядача, створюючи емоційний відгук та сприяючи емпатії. Фільм «Eat, Pray, Love», як один із популярних зразків сучасного англomовного кіно, насичений різноманітними емоційними сценами, які є ідеальним матеріалом для вивчення мовних та екстралінгвістичних засобів вираження емоцій.

Психолінгвістичні механізми, що використовуються у фільмі, включають різні аспекти вербалізації емоцій, які можуть бути корисними для розуміння загальних принципів комунікації. Аналіз емоцій у контексті

художнього фільму дозволяє розкрити способи, за допомогою яких емоції передаються та інтерпретуються, що є важливим для розробки ефективних комунікативних стратегій у різних сферах життя.

**Історія дослідження теми.** Однією з ключових груп досліджень є роботи, що стосуються емотивного фону та емоцій у художніх текстах. Ю. Андрійченко вивчає специфічні риси емотивного фону в художніх текстах, що допомагає зрозуміти, як автори створюють емоційну атмосферу та як це впливає на читачів. Подібним чином, Н. Башкірова досліджує проблеми відображення емоцій у мові, акцентуючи увагу на складностях вербалізації емоційних станів. К. Бикова пропонує класифікацію емоцій та засобів їх вираження, що дозволяє систематизувати знання про різноманітні мовні маркери емоцій. В. Воробйова розглядає вербальні та невербальні аспекти вираження емоцій у сучасній англійській мові.

Ще одна група досліджень зосереджена на психолінгвістичних та когнітивних аспектах емоцій. В. Чабаненко у своїх роботах досліджує стилістику експресивних засобів української мови, а також основи мовної експресії. В. Шидловська розглядає поняття емоції, емоційності та емотивності у сучасній лінгвістиці.

Роботи іноземних авторів, такі як дослідження М. Арнольда про емоції та особистість, а також Дж. Бейтмана і К. Шмідта про мультимодальний аналіз фільмів, розширюють розуміння того, як емоції представлені та сприймаються в різних культурах та через різні медіа.

**Мета роботи** – вивчення та аналіз психолінгвістичних механізмів вираження емоцій у англомовному фільмі «Eat, Pray, Love».

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- розглянуто теоретичні засади дослідження психолінгвістичних механізмів емоцій;
- окреслити лінгвістичні та екстралінгвістичні засоби вираження емоцій в англомовних фільмах;

- проаналізувати лексичне вираження емотивності у фільмі «Eat, Pray, Love»;
- здійснити аналіз психолінгвістичних механізмів опису емоцій у фільмі «Eat, Pray, Love».

**Об'єктом** дослідження є англomовний фільм «Eat, Pray, Love».

**Предмет** дослідження – мовні засоби передачі емоцій та емоційних станів у фільмі «Eat, Pray, Love».

**Матеріалом** дослідження є англomовний фільм «Eat, Pray, Love» (2010).

**Методологія.** У процесі написання дослідження були використані різноманітні методи, кожен з яких відіграв важливу роль у досягненні цілей дослідження та забезпеченні його наукової обґрунтованості. Аналіз і синтез інформації, вивчення літературних джерел стали основою для теоретичної частини дослідження. Ці методи дозволили систематизувати та узагальнити вже існуючі знання про психолінгвістичні механізми емоцій, вивчити основні підходи до вербалізації емоцій у мові та особливості їх відображення у художніх фільмах. Метод класифікації був застосований для структуризації та впорядкування інформації, зокрема, для класифікації різних вербальних та екстралінгвістичних засобів вираження емоцій у кіно. Статистичний метод використовувався для кількісного аналізу лексичних одиниць, які виражають емоції у фільмі. Описовий метод був застосований для детального опису конкретних прикладів вербалізації емоцій у фільмі. Метод суцільної вибірки був використаний для аналізу всього мовного матеріалу фільму «Eat, Pray, Love».

**Наукова новизна** даного дослідження полягає в детальному розгляді засобів вираження психолінгвістичних процесів у мові кінотексту. Дослідження вперше аналізує психолінгвістичні механізми вираження емоцій на прикладі англomовного фільму «Eat, Pray, Love». У роботі розглядаються вербальні засоби передачі емоційних станів персонажів, що дає змогу глибше зрозуміти взаємодію мовних і екстралінгвістичних засобів

у кіно. Дослідження розкриває нові аспекти впливу культурних контекстів на вербалізацію емоцій та особливості їх сприйняття глядачами.

**Теоретичне значення.** Дослідження робить внесок у розвиток теорії психолінгвістики, розширюючи знання про механізми вираження емоцій у мовленні та візуальних медіа. Воно також допомагає зрозуміти взаємозв'язок між емотивністю та експресивністю, а також вплив культурних чинників на вербалізацію емоцій. Ці теоретичні положення можуть бути основою для подальших досліджень у галузі лінгвістики, психології та кінознавства.

**Практичне значення** полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані в університетах під час вивчення психолінгвістики, кінолінгвістики та міжкультурної комунікації. Матеріали роботи можуть слугувати основою для написання кваліфікаційних робіт, дипломів, дисертацій. Дослідження також може бути корисним для викладачів, які розробляють навчальні програми з психолінгвістики та лінгвістичного аналізу кіно.

**Структура дипломної роботи** зумовлена метою та завданнями дослідження і складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел та літератури. Загальний обсяг роботи становить 84 сторінки, з них 75 сторінок обсяг основного тексту. Список джерел та літератури загалом становить 74 позиції.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИХ МЕХАНІЗМІВ ЕМОЦІЙ

### 1.1. Проблеми відображення емоцій у мові

Емоції людини та способи їх лінгвістичного вираження завжди були об'єктом наукового інтересу. Різні науки вивчають цей психологічний феномен у взаємодії: психологія, фізіологія, соціологія, філософія, медицина, кібернетика, лінгвістика, літературознавство. Зрозуміло, що через багатство підходів і методів дослідження, використовуваних різними науками, термінологія в цій галузі є великою та неупорядкованою. М. Гончарук дослідив, що деякі науковці відрізняють емоції та почуття як дві ієрархічно різні форми сприйняття світу: «почуття та емоції є різними ступенями розвитку емоційної сфери сприйняття дійсності». Проте почуття, емоції та навіть відчуття настільки тісно переплітаються, що їх часто важко розрізнити та чітко визначити [11, с. 35].

Представники різних наук, особливо психологи та філософи, погоджуються з тим, що емоції є формою відображення, пізнання та оцінки об'єктивної реальності. Загальною точкою зору серед дослідників є те, що емоції представляють собою особливий вид пізнання і відображення дійсності, оскільки в цьому процесі людина виступає одночасно як об'єкт і суб'єкт пізнання. Це означає, що емоції тісно пов'язані з потребами людини, які формують мотиви її діяльності [24, с. 181].

Основним завданням психології та психолінгвістики є вивчення функцій емоцій у людській діяльності. Тому розгляд емоцій як єдності психічного і діяльнісного аспектів є ключовим принципом у дослідженні психічних процесів.

Однак, незважаючи на чіткість наукових позицій, психологи вважають, що стан вивчення психології емоцій досі залишається незадовільним. До

сьогодні не вдалося створити цілісну, багаторівневу психологічну теорію емоцій. Це створює певні труднощі для лінгвістів, які досліджують питання мовного вираження емоцій. Позначення (номінація) емоцій за допомогою мови, їхнє вираження у мовленні та диференціація емоцій мовцями тісно пов'язані з класифікацією емоцій [50]. Саме тут виникає ще одна проблема – різноманіття класифікацій емоцій, створених на різних засадах.

У психології та нейрофізіології пропонувалися і продовжують пропонуватися різні класифікації емоцій. Проте їх велика кількість пояснюється неповноцінністю цих класифікацій, оскільки кожна з них дотримується певних умов і не може враховувати інші. Крім того, через відсутність єдиної теоретичної основи для розуміння емоцій, розробка успішної класифікації є малоімовірною. Психологи пояснюють цей стан порізному. Наприклад, К. Отлі зазначає, що «будь-яка класифікація емоцій фактично є завуальованою класифікацією потреб, що не завжди усвідомлюються і визнаються» [66, с. 212].

В. Шидловська стверджує, що «створити універсальну класифікацію емоцій взагалі неможливо, оскільки класифікація, яка добре підходить для одного кола завдань, обов'язково повинна бути замінена іншою для вирішення іншого кола завдань». Таким чином, всі існуючі класифікації емоцій можна вважати взаємодоповнюючими. Вони враховують такі аспекти:

- емоції різняться за інтенсивністю та силою;
- вони варіюються від позитивних до негативних (від радості до смутку);
- емоції можуть бути «чистими» або «змішаними» (початкові, основні та змішані емоції);
- існують протилежні емоції (радість і смуток) [52].

Однак, остаточний перелік основних емоцій ще не встановлений ні в психології, ні у фізіології.

Група закордонних дослідників Г. М. Ріві, І. Маламуд Озер та Ю. Іто присвятила цілу книгу вивченню емоцій «Encyclopedia of Emotion» [69]. На



їхню думку, емоція є складним явищем. Коли більшість людей думають про емоції, вони уявляють свої почуття. Однак компонент почуття – це лише один аспект емоції; емоції включають фізіологічні прояви (наприклад, збільшення частоти серцевих скорочень, пітливість, напруження м'язів), активність мозку, думки, зовнішні прояви (міміка, жести тощо) та інші елементи. Хоча багато переживань, пов'язаних з емоціями, такі як настрої та емоційно-залежні риси особистості, тривають протягом відносно тривалих періодів часу, самі емоції обмежені в часі. Вони є реакцією на зовнішні або внутрішні події і тривають кілька секунд, хвилин або годин [69, р. 21].

Американський психолог С. Шехтер визначає емоції як фізіологічне порушення, яке виникає через фізіологічне збудження та когнітивну оцінку [70]. Натомість інший американський психолог, Р. Зайонц, не погоджується з необхідністю когнітивної оцінки, вважаючи, що емоції можуть виникати підсвідомо [57].

Таким чином, більшість закордонних вчених розглядають емоції як реакцію на стимули з навколишнього середовища.

У сучасній українській лінгвістиці питанням емоцій займалися багато науковців. Наприклад, Н. Григоренко пропонує визначати будь-яку емоцію через прототипічну ситуацію, основними компонентами якої є суб'єкт, потреби суб'єкта та стан речей, а основними етапами – сприйняття, оцінка та реакція суб'єкта [12, с. 126].

І. Красовська визначає емоції як суб'єктивні реакції людини на вплив внутрішніх і зовнішніх подразників, що проявляються як задоволення або незадоволення, і класифікує їх на позитивні та негативні [19, с. 146]. Подібне розуміння емоцій висловлюється і в статті С. М. Мандер, яка описує їх як реакцію людини на подразники та події навколишнього середовища [22, с. 42].

Отже, як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники згодні у тому, що емоції представляють собою реакцію людини на зовнішні та внутрішні стимули.

У нашій роботі термін «емоційні стани» використовується для означення внутрішніх, непомітних для сторонніх спостерігачів відчуттів людини, які відображають ту чи іншу емоцію, тоді як «емоційні реакції» використовуються для опису будь-якого компонента системи емоцій, що має аналоги у зовнішніх способах їх виявлення [2, с. 14]. Емоційні реакції та емоційні стани взаємодіють між собою, утворюючи єдине ціле.

Як у лінгвістиці, так і в психології та філософії було зроблено багато спроб класифікації емоцій, але жодна з цих класифікацій не отримала широкого визнання і не стала універсальним інструментом досліджень. Однією з причин цього є складність у створенні таких класифікацій, оскільки часто одна й та ж емоція може мати різні найменування, а мовні позначення можуть відрізнятися лише за ступенем інтенсивності, що вже мають свою назву в мові (наприклад, радість – захват – ейфорія) [4, с.10]. Крім того, відомо, що вербалізація емоцій має етноспецифічний характер і відрізняється в різних мовних культурах. Також важливо відзначити дискусію щодо універсальності чи неуніверсальності емоцій. Базові емоції, які включають такі психічні процеси, як страх, є визнаними універсальними. Однак існують і соціалізовані (або моральні, естетичні) емоції, які є продуктом культурного впливу [45, с. 56]. У вітчизняній і зарубіжній літературі прихильники такої моделі емоційної сфери людини висловлюють різні точки зору щодо кількості базових емоцій – від двох до десяти, проте майже всі вони включають до них страх, радість, гнів і смуток.

Американський психолог М. Арнольд розділила емоції на дві основні групи: імпульсивні емоції і емоції боротьби [55, р. 98].

Однак питання про базові емоції залишається спірним, оскільки немає загального теоретичного консенсусу. Це відображається у різноманітних методиках оцінки емоцій: Шкала емоцій Ізарда дозволяє виміряти 12 різних емоцій [63]; Multiple Affect Adjective Check List оцінює лише п'ять емоцій за допомогою контрольного переліку прикметників [74]; профіль настрою

(Profile of Mood States) вимірює 6 емоцій [64]; а PANAS-X [73] дозволяє виміряти 11 різних емоцій.

Р. Плачик відмічає вісім базових емоцій, які він групує у чотири пари, кожна з яких пов'язана з конкретними діями:

1. руйнування (гнів) – захист (страх);
2. прийняття (схвалення) – відхилення (огида);
3. відтворення (радість) – позбавлення (смуток);
4. дослідження (очікування) – орієнтація (подив) [67].

Є. П. Іллін розрізняє п'ять груп емоцій і характеризує кожен з них наступним чином:

- емоції очікування та прогнозу (хвилювання, тривога, страх, відчай);
- задоволення та радість;
- фрустраційні емоції (образа, розчарування, досада, гнів, есамовитість, печаль, смуток, самотність, туга, ностальгія);
- комунікативні емоції (веселощі, збентеження, сором, провина, презирство);
- афективно-когнітивні комплекси (здивування, інтерес, почуття гумору, емоція здогадки, почуття впевненості, почуття смутку) [35].

Отже, погляди на поняття «емоція» та їх класифікацію є різноманітними. Виходячи з цього, можна поділити емоції за оціночним критерієм на позитивні, негативні та нейтральні. Основна класифікація включає:

Позитивні емоції, які отримують позитивну оцінку від самої людини та/або оточуючих, такі як радість, щастя, ентузіазм, веселість, інтерес, оптимізм, любов, подяка і т.д.

Негативні емоції, які отримують негативну оцінку від самої людини та/або оточуючих, наприклад, скорбота, невдоволення, тривога, страх, гнів, ненависть, сумнів і т.д.

Цей підхід дозволяє систематизувати різноманітні емоційні стани на основі їхньої оціночної природи.

Нейтральні емоції є такими, що отримують нейтральну оцінку від самої людини та/або оточуючих, такі як байдужість, апатія, здивування.

Отже, емоції представляють собою психічні стани і процеси у людини та вищих тварин, які виникають у відповідь на зовнішні та внутрішні стимули і можуть проявлятися у вигляді задоволення, незадоволення, радості, страху, гніву тощо. Вони відображають позитивне або негативне ставлення людини до оточуючого світу.

У літературі існує багато визначень поняття «емоція». Наприклад, в посібнику «Основи психології» (ред. А. Веракіс) емоцію визначають як «психічне відображення у формі безпосереднього небезстороннього переживання життєвого сенсу явищ та ситуацій, зумовленого відношенням їхніх об'єктивних властивостей до потреб суб'єкту» [9, с. 312].

Протягом усіх історичних періодів люди відчували, відчують і будуть відчувати одні й ті ж емоції: радість, горе, смуток. Цей емоційний досвід є значним і накопиченим. У зв'язку з цим психологи висловлюють думку про універсальність емоцій, перелік яких відображає загальнолюдський досвід осмислення психічного життя людини: «Деякі емоції є універсальними феноменами, які мають загальнокультурний характер. Кодування та декодування таких емоційних висловлювань однакові для людей у всьому світі, що не залежить від їх культури, мови або освітнього рівня». Таким чином, наявність універсальних емоцій у емоційному досвіді людства дозволяє припустити існування універсальних емотивних сенсів, що відображається як у лексичній, так і у фразеологічній семантиці, зумовленій емоційним відображенням в мовних одиницях [9, с. 316].

У лінгвістичній літературі використовуються різні терміни для опису універсальних емоцій, такі як домінантні емоції, провідні емоції, емоційний тон, базові емоції тощо. Психологи зазначають, що «словник емоцій» у

різних мовах може значно відрізнятися, але самі емоції є універсальними, доступними всім народам без винятку [24, с. 181]. Також існують відмінності у типологічній структурі емоційної лексики між мовами, оскільки кожна мова відтворює емоційні відчуття унікальним способом.

У різних психологічних дослідженнях зустрічаються різні списки основних емоцій. Наприклад, К. Ізард включає до мотиваційної системи людини «десять фундаментальних емоцій: інтерес, радість, подив, мука, гнів, відраза, презирство, страх, сором, вина» [63]. З іншого боку, А. Р. Платчик визначає 8 базових емоцій: прийняття, передчуття, попередження, гнів, відраза (презирство), страх, радість, смуток, здивування [68]. Існуючі класифікації емоцій дають можливість скласти достатньо представницький перелік, що дозволяє виділити ядерні та периферійні емоції: ті, які людина відчуває найчастіше, та ті, які виникають рідше. Цей розподіл емоцій чітко відбивається в процесі комунікації. Тому для лінгвістичного аналізу мовних моделей достатньо обмежитися найбільш частотними базовими емоціями, які найлегше виявляються численними емоційними відтінками та «змішаними» почуттями.

Згідно з висловлюванням А. Чернової, «співпадіння семантичних характеристик з найчастіше вживаними словами та їх здатність до розширення можуть бути розглянуті як джерело базового словника..., оптимального лексикону, в якому враховані як частотність, так і семантичні критерії» [49, с. 243]. Списки назв базових емоцій перетинаються з переліком емоцій, які використовують більшу кількість фразеологізмів. Таким чином, вони формують семантичне ядро емотивної фразеології.

Позначення емоцій у мові є складними процесами, як показує спостереження Н. Цинтар: «У мовній практиці часто використовується одне й те саме слово для позначення різних почуттів, і їх справжній сенс стає зрозумілим лише в контексті. Також одна й та ж емоція може мати різні лексичні вирази» [44, с. 18]. Практика підтверджує, що для вираження однієї і тієї ж емоції люди часто використовують різні мовні засоби як у схожих,

так і в різних ситуаціях. Крім того, варто відзначити національно-специфічні особливості мовного вираження емоцій, які ще більше ускладнюють ці процеси.

Головна складність вивчення мови емоцій пояснюється унікальністю самого об'єкту дослідження. Емоції пов'язані виключно з людиною і становлять з нею нерозривну єдність. Людина є центральною фігурою мови, як особа, що висловлюється, і головна діюча особа у світі, про який вона говорить [36, с. 176]. Мова відображає двоякість пріоритету людини у вираженні її почуттів. Емоції проявляються у мові, з одного боку, як емоційне супроводження, яке виникає під час мовлення внаслідок емоційного стану мовця, у вигляді емоційних відтінків. З іншого боку, емоції відображаються мовними знаками як об'єктивно існуюча реальність, аналогічна будь-якій іншій формі реальності.

Механізми мовного вираження емоцій та їх мовне позначення, а також інтерпретація емоцій, які сприймаються як об'єктивна сутність мовця і слухача, суттєво відрізняються, як зауважують К. Шах та Л. Коваль [50]. Вони розрізняють мову опису емоцій від мови вираження емоцій. Це роздвоєння у мовному прояві емоцій відображається у лінгвістичній традиції через різні підходи до їх дослідження.

У попередні роки, коли ще не було вичерпного вивчення семантики та структури слова, спостерігався інтуїтивний розподіл емотивно забарвленої лексики. На початкових етапах дослідження виникла необхідність чітко розмежувати лексику з різним ступенем емоційного забарвлення для подальшого вивчення різноманітності вираження емоційних сенсів. Це привело до введення термінологічного розрізнення: лексика емоцій, спрямована на об'єктивізацію емоцій у мові та їх інвентаризацію (номінативна функція), та емоційна лексика, яка використовується для вираження емоцій мовця та оцінювання об'єкту мовлення (експресивна та прагматична функції). Ці два підходи до вивчення емотивної лексики існують і в наш час [48, с. 281].

Отже, у традиційному науковому описі відрізняли два основних типи емотивної лексики. Лексика емоцій включала слова, що мали чітке предметно-логічне значення, пов'язане з поняттями про емоції. З іншого боку, до емоційної лексики відносилися слова з вираженим емоційним фоном або аурую чутливості. Спочатку увага дослідників була зосереджена на емоційній лексиці, яка стосувалася вираження емоцій. На сьогоднішній день проведено значну кількість досліджень у цій області [39; 48]. Пізніше зацікавленість дослідників зростає в напрямку вивчення номінативних засобів емотивності [37, с. 277].

Було зроблено багато для аналізу лексичного емотивного фонду, проте незважаючи на активізацію досліджень, численні проблеми ще залишаються відкритими і мають дискусійний характер. Основне з них полягає в тому, що не встановлено єдиного корпусу емотивних засобів, що ускладнює уявлення про повний обсяг емотивної лексики та її системну організацію. Отже, головною метою є визначення повного обсягу емотивної лексики та створення її систематизованої класифікації. За словами О. Рижевської, це завдання можливе за умови зняття штучного розподілу лексики на «лексику емоцій» і «емоційну лексику» [34].

У відміню від лексики, у фразеології досліджували фразеологізми, які виражають і означають емоції [32]. Проте ці дослідження не були об'єктом окремих і докладних досліджень. Оскільки лексика та фразеологія цих груп відрізняються за своєю емотивністю, важливо враховувати, що обидва явища відображають світ емоцій та є його відображенням або вираженням. За Н. Башкіровою, доцільно об'єднати ці два напрямки досліджень. Тому вивчення фразеологізмів, що виражають та означають емоції, має проводитися разом, щоб уникнути проблем, які можуть виникнути при аналізі емотивної лексики [2, с. 15].

Таким чином, емоції – це складні психічні стани, які впливають на наше сприйняття світу і взаємодію з ним. Люди намагаються виразити свої емоції через мову, яка є ключовим інструментом для спілкування і

вираження внутрішнього стану. Проте процес відображення емоцій у мові не є простим і супроводжується рядом значних проблем.

Проблеми відображення емоцій у мові виявляються в полісемії та синонімії слів, культурно-національних різницях у сприйнятті емоцій, різниці між мовами опису та вираження емоцій, а також у відсутності універсальної класифікації.

Загалом відображення емоцій у мові є складним процесом, який включає культурні, соціальні та індивідуальні аспекти. Розуміння цих проблем є важливим для подальших досліджень у сфері психолінгвістики та міжкультурної комунікації, а також для вдосконалення мовних моделей та методів перекладу, спрямованих на точне відтворення емоційного змісту.

## **1.2. Шляхи вербалізації емоцій**

Зростає інтерес до розуміння та вираження емоцій англійською мовою. Це створює потребу в правильному перекладі емоційних слів українською мовою з урахуванням соціальних, культурних та психологічних аспектів мови [8]. Для глибшого вивчення мовних особливостей англійської мови важливо звернути увагу на національний характер та менталітет англійців. Відомо, що в англійській культурі переважає емоційна стриманість, а відкритий прояв емоцій не схвалюється, що можна підтвердити лексично. Емотивна лексика включає вигуки, розмовні інтенсифікатори, короткі розмовні вирази, фразові дієслова, вульгаризми, сленг та римунання. Наприклад, слово «excitable» має негативні конотації в англійській мові, а «емоційність» часто означає втрату контролю над емоціями [3, с. 260].

Кожна мова має свої особливі засоби для вираження емоційної інформації. У процесі перекладу ця особливість може стати викликом для перекладача, оскільки він не завжди з першої спроби зможе точно передати потрібну емоцію в тексті. Англійська мова має особливу систему



модальності, яка може виражати емоції, не завжди зрозумілі представникам інших культур [6, с. 12].

Конфлікт між вихідним і цільовим текстами часто проявляється в термінах еквівалентності, коли текст переходить між референтною та емоційною функціями. Основна складність перекладу полягає в розбіжностях у сприйнятті емоційного аспекту об'єктивності. Перекладачеві важливо переконатися, що створений текст відповідає очікуванням цільової аудиторії. Проблеми можуть виникнути як через неправильну інтерпретацію емоційного підтексту у вихідному тексті, так і через вибір невідповідного тону в цільовому тексті. Перекладач повинен враховувати як інтелектуальний, так і емоційний відгук, який цільовий текст може викликати у читача. Недотримання умовностей використання емоційних компонентів у цільовій мові може заважати успішному міжкультурному спілкуванню [21, с. 225].

Перекладачі можуть використовувати різні лексичні та синтаксичні прийоми, щоб зробити цільовий текст максимально сумісним з оригіналом.

Вибір цих емоцій для лінгвістичного дослідження пояснюється тим, що гнів і захоплення є одними з основних та універсальних емоцій людства. Психологи виділяють фундаментальні емоції через їх унікальні фізичні та психологічні характеристики, специфічну нервову основу та особливі мімічні вирази; базові емоції також можуть комбінуватися, утворюючи складніші емоційні стани.

Дослідження емоційної лексики та її перекладу включає знання з психології, філософії, психолінгвістики, лінгвокультурології та інших наук, окрім лінгвістики. Багато науковців підкреслюють необхідність порівняльного вивчення засобів вираження емоцій у різних культурах. Однією з проблем такого аналізу є схильність позначати одну й ту ж емоцію різними словами, що вказують лише на різний рівень інтенсивності цієї емоції (наприклад, joy – delight – euphoria) [41, с. 237]. Приклад порівняння англійської та української культур демонструє, що кожна з них має свої

підходи та традиції у вираженні емоцій. На це впливають також особистісні риси людей та соціальні умови. Таким чином формується семантичне вираження певних емоційних елементів у лексичній структурі мови [14, с. 28].

Психологи виділяють фундаментальні емоції з кількох причин: вони мають унікальні фізичні та психологічні характеристики, специфічну нервову основу, а також особливі мімічні виразні комплекси. Крім того, базові емоції можуть поєднуватися, утворюючи більш складні емоційні стани.

До прикладу, термін «гнів» охоплює широкий спектр негативних емоцій, таких як крайнє невдоволення, роздратування, обурення, озлоблення, лють, злість, ненависть, сказ, агресія тощо. Типовими вегетативними реакціями, що супроводжують відчуття гніву, є підвищення температури та артеріального тиску, прискорене серцебиття, тахікардія та головний біль. Фізичні ознаки гніву включають зведені брови, опущені повіки, напружені губи, підвищений тонус м'язів підборіддя та пильний, сфокусований погляд [22, с. 45].

Захоплення є одним з найприємніших станів людини, що включає спектр позитивних емоцій, таких як задоволення, веселощі, радість, наснага, насолода, тріумф і щастя. Воно проявляється у прискоренні розумових процесів, напливі думок, прагненні до гострих жартів, і загальному відчутті бадьорості. Основними ознаками захоплення у виразі обличчя є широка посмішка, підняті куточки рота, підняті брови, блиск в очах і жвавий вираз обличчя. Порівняння кривих дихання для радості та гніву (за Ж. Дюмом) показує, що під час радості людина робить 17 вдихів на хвилину, а під час гніву – 40 вдихів [24, с. 182].

Дослідження емоцій з точки зору когнітивної лінгвістики дозволяє виділити емоційні поняття, які розглядають емоції як когнітивну інтерпретацію того, що відбувається навколо нас. Сучасна лінгвістика трактує «концепт» як ідеальну психічну структуру, одиницю інформації, яка виражається через мову [29, с. 82].

Емоційна картина світу, що складається з емоційних понять і уявлень, які формуються в процесі ментального освоєння реальності, називається емоційним концептом. Під емоційним концептом розуміється етнічно та культурно обумовлене, складне структурно-сміслове утворення, яке виражається лексично або фразеологічно, базується на понятійній основі та включає, крім поняття, образ і оцінку. Це утворення замінює людині в процесі рефлексії та комунікації безліч однорідних об'єктів, що викликають у неї упереджене ставлення [8].

У рамках концептуальної метонімії фізичні прояви емоцій допомагають розпізнати ці емоції. Є два типи концептуальних метонімії: внутрішні фізіологічні реакції та поведінкові реакції. Наприклад, зовнішні ознаки гніву включають напружену поставу, грубу або агресивну жестикуляцію і гучний голос. Таким чином, фізичні ознаки гніву та поведінка людини, коли вона сердиться, метонімічно позначають гнів.

Концептуальна метафора допомагає зрозуміти реальність і дає можливість пояснити складні абстрактні явища. Метафоричний підхід до опису емоцій використовує метафори, де мова застосовується для концептуалізації емоцій, тобто порівняння ситуації з подібним явищем, яке знайоме людині [28, с. 101].

До появи емоційних концептів як окремої сфери існували первинні емоційні уявлення архаїчної людини, засновані на архетипах (повітря, вода, земля, вогонь), що є основою для сприйняття світу людиною. Емоції часто виражаються через образи рідини, диму, вогню, які в минулому вважалися об'єктами з магічними властивостями: вода символізує народження та життя, а вогонь – очищення.

Як зазначено вище, структура емоційного концепту включає споріднені концепти, які представляють собою особливий тип емоційних понять. Вони відображають емоційні стани, відносини та реакції, складаючи основну концептуальну інформацію емоційної категорії. Наприклад, для гніву такими спорідненими концептами можуть бути «дія» або «бажання помститися».

Коли адресат знає ситуацію, в якій виникають емоції, вони описуються через прототипові ситуації. Концептуальні метафори допомагають побудувати прототипічний сценарій емоції. Система когнітивних сценаріїв зазвичай включає один прототипічний сценарій, що представляє концепт так, як він зазвичай існує в повсякденній свідомості, і кілька відхилень від цього сценарію. Тобто парапрототипові (непрототипові) сценарії емоцій, які існують у свідомості носіїв мови як можливі варіанти розвитку даної емоції [28, с. 102].

Сьогодні можна впевнено стверджувати, що концепція емоцій є частиною структурованої картини світу, яку людина має про своє оточення. Водночас ця концепція інтегрована в мовну картину світу, що виражає систему знань через знакові способи [62]. Різні емоції, які формують розуміння емоційного світу людини, можна розглядати як макро-фрейми. Це передбачає, що конкретні знання про емоції та почуття представлені в різних моделях їх вираження та опису в художніх текстах [62]. Такі моделі можуть бути виражені словесно через експлікацію, номінацію або дескрипцію [20, с. 78].

Оскільки науково-популярні тексти мають значний художній компонент, розглянемо класифікації позначень емоцій та емоційних станів у художніх текстах англійською мовою, запропоновані О. Рижевською. Виходячи з досліджень О. Рижевської про емоції в англійських художніх текстах [34], ми розуміємо, що емоції можуть позначатися як одним словом, так і групою слів. Залежно від того, чи містить номінація пряму вказівку на конкретну емоцію, яку відчуває людина, ми розрізняємо пряме або непряме мовне позначення емоцій та емоційних станів у тексті. Прямі мовні позначення емоцій та емоційних станів в англійському художньому тексті включають лексичні та фразеологічні одиниці, що безпосередньо вказують на певну емоцію, тобто назву емоції або почуття, що використовується як ключове слово для ідентифікації емоції.

Прямі лінгвістичні вирази емоцій та емоційних станів можна класифікувати за різними критеріями, зокрема, залежно від частини мови, що визначає емоцію. Ця класифікація включає такі види:

- 1) прислівникові номінації;
- 2) прикметникові номінації;
- 3) дієслівні номінації;
- 4) іменникові номінації [8].

Перша категорія охоплює іменникові номінації, де ключовим словом, що вказує на конкретну емоцію, є іменник. В межах цієї групи можна виділити підгрупи залежно від того, як ключовий іменник функціонує в реченні. Наприклад, емоційні номінації можуть використовувати конструкції з іменником та сполучником «of»:

- a feeling of happiness (відчуття щастя);
- a sense of excitement (відчуття захоплення);
- a feeling of serenity (відчуття спокою);
- a sense of accomplishment (відчуття досягнення);
- a feeling of fear (відчуття страху);
- a sense of wonder (відчуття захоплення).

Друга модель прямої номінації емоцій та емоційних станів передбачає використання дієслів для визначення конкретної емоції в контексті речення. Один із варіантів такої дієслівної номінації включає поєднання дієслів «to sense» або «to perceive» з іменником або прикметником, що визначають саму емоцію [8].

Третя модель прямої номінації емоцій та емоційних станів є ад'єктивною номінацією. Особливістю цієї моделі є використання прикметників як ключових слів для вказівки на емоцію або емоційний стан особи. Наприклад, прикметник «gloomy», який описує голос, асоціюється з рядом негативних емоцій, таких як смуток і пригніченість [8].

Адвербіальна номінація є четвертою моделлю прямої номінації емоцій і індивіда в англomовному тексті, коли ключовим словом, що вказує на

емоційну реакцію, є прислівник. У цьому випадку прислівник зазвичай знаходиться на звичному місці в реченні, виконуючи роль обставини способу дії та служачи детермінантом для дієслова-присудка [8].

Т. Бондарчук зазначає, що залежно від семантики дієслова-присудка, прислівники, які вказують на емоційні стани чи реакції, можна поділити на кілька підгруп:

– Прислівники, які використовуються з дієсловами, що описують погляд, голос або манеру говоріння особи (наприклад, *to talk, to shout, to gaze, to glance, to scrutinize, to eye, to wink* тощо).

– Прислівники, які супроводжують дієслова або дієслівні групи, що описують кінетичні прояви емоцій (кінетичні вияви емоцій), які включають непряму вказівку на емоцію, яку переживає суб'єкт, без прямого позначення емоційного стану в тексті [7, с. 286]. Інтерпретація конкретної емоції в цьому випадку базується на попередніх знаннях читача та контексті.

У роботі М. Г. Яцимірської та М. Драган емотивність розглядається як семантичний компонент слова, який містить дрібні значення, або емотивні семи. Аналіз емоційних текстів дозволяє виділити наступні складові:

– Мовні аспекти: використання емоційної лексики та фразеології, створення емотивних конструкцій, застосування емоційних «кінемів» та «просодем» у лексичному аспекті, а також інших мовних засобів;

– Немовні аспекти: емоційні ситуації, які включають емоційні передумови, наміри, позиції учасників спілкування та загальний емоційний настрій [53, с. 268].

Усе це проявляється через спеціальні засоби вираження, такі як просодія та кінесика, лексика та синтаксис, структура та стилістика, які слугують сигналами емоційної інформації в тексті. Емотивне значення, емотивна конотація та емоційний потенціал – це три різні семантичні статуси емотивності слова, які можна розрізнати. Емотивна семантика може бути частиною денотативного компонента та формувати семантичний зміст слова.

Емотивний компонент можна розділити на два аспекти: емотивне значення та емотивну конотацію. Емотивне значення виступає як самостійний вираз типового емоційного стану або відношення мовця до оточуючого світу [53, с. 270]. Емотивна конотація, навпаки, служить для емоційного супроводу логіко-предметної номінації, виражаючи емоційне ставлення до об'єкта, який називається.

Третій компонент – функціонально-стилістичний – визначає вибір і використання слів, семантика яких найкраще відповідає конкретній ситуації мовного спілкування. Цей компонент забезпечує відповідність між використанням слова та ситуацією спілкування, враховуючи стильовий контекст [40, с. 259].

Аналізуючи емотивність у семантиці слова, важливо звернути увагу на емотивну валентність цього слова. Кожне слово в семантичній системі має поле, яке включає різноманітні асоціації, що створюють «радіуси» зв'язку цього слова з іншими словами та поняттями, формуючи його імплікаційний та емоційний зміст.

Емотивна валентність визначається як здатність певної мовної одиниці встановлювати емоційні зв'язки з іншими одиницями на основі явних або прихованих емоцій, що дозволяє їй ефективно виконувати свою емотивну функцію. Активація емотивної валентності відбувається через несподівані або незвичайні поєднання, а також коли один або більше валентних «партнерів» мають емоційний характер. У таких ситуаціях ми спостерігаємо комбінаторне розширення сенсу, що розкривається в словах у контексті всього висловлювання [37, с. 276].

Вирази, що порушують стандартні та традиційні засоби вираження, здатні посилити естетичний вплив на читача. Такий текст стає більш особистісним, проникаючи у внутрішнє життя автора та його особистість. Об'єднання слів або окремі слова, семантика та структура яких допомагає визначити загальну емотивність та конкретну емоцію, можна вважати емоційними описами [22, с. 45].

Функціонування цих закономірностей можна розглядати як прояв різних аспектів закону впливу емоційної сили мови. Ці емоційні закономірності тексту відображають емотивність на рівні, що розкриває певні семантичні властивості емотивної прагматики. Зростаючий інтерес до вивчення емоційного аспекту людської психіки значною мірою обумовлений науковим підходом до її розгляду як цілісного явища.

Отже, визнання закономірностей емоційного життя може значно збагатити наше розуміння людської природи. Протягом багатьох років дослідження людини зосереджувалися на різних аспектах її суб'єктивності. Велике значення завжди надавалося філософському осмисленню природи людини в контексті взаємодії раціональної та емоційної складових, або «розуму» та «серця». Довгий час ці аспекти розглядалися як взаємно виключні та опозиційні, де перевага одного означала пригнічення іншого. Порівняння чуттєвого та раціонального в людській природі впливало на формування філософських і особистих поглядів з цього питання, і до сьогодні ця традиція породжує численні суперечливі думки. Незважаючи на це, емоції завжди викликали інтерес у дослідників, особливо коли наука знову зверталася до антропоцентричної парадигми.

Емотивність тексту можна аналізувати з двох точок зору: на рівні змісту і на рівні вираження. З одного боку, емоційний зміст інтегрується в когнітивний аспект тексту як емотема; з іншого боку, він формується як частина прагматичних стратегій автора. У висловлюванні емотивність представлена різними лінійними елементами, такими як мовні та текстові маркери емоцій, які мають багаторівневий емоційний зміст. Функціонально-семантична категорія емотивності в тексті може бути охарактеризована через ряд понять, що відображають її суть і форму: емотивний фон, емотивна тональність, емотивне забарвлення. Емотивний фон і тональність визначають емоційний зміст різних типів текстів і відображають їх емоційне забарвлення. Емотивність присутня в текстах усіх основних стилів, включаючи художні, наукові, публіцистичні та офіційно-ділові. Це лінгвістичний корелят



психологічної категорії емоційності. Взаємозв'язок емотивного фону, емоційної тональності та емоційного забарвлення є факторами, які визначають емоційність текстів і регулюються функціонально-стильовими стандартами [62].

У кожному функціональному стилі явища, такі як «емотивність тексту» та «емотивний текст», можна розрізнити, враховуючи особливості емотивного фону, емотивної тональності та емотивного забарвлення. Існує кілька функцій, що характеризують емоційність текстів. До них належать функції, пов'язані з інтеграцією емоційної та раціональної інформації в тексті, такі як дублювання, компенсація та заміна, а також функції, пов'язані з прагматичними завданнями, такими як оцінка та емоційний вплив на читача [62].

Таким чином, вербалізація емоцій є важливою темою в лінгвістиці, оскільки вона дозволяє дослідити, як люди виражають свої почуття та емоції через мову. Емотивні вирази можна класифікувати на дві основні категорії: емотивне значення та емотивна конотація. Емотивне значення є самостійним виразом типізованого емоційного стану або відношення мовця до світу.

Важливу роль у вербалізації емоцій відіграють метафори та метонімії. Концептуальна метафора допомагає зрозуміти дійсність і дозволяє пояснити складні абстрактні явища. Наприклад, гнів часто описується як гаряча рідина в контейнері або як вогонь, що допомагає створити чіткі образи, зрозумілі будь-якому слухачеві. Такі метафори, як «fire of anger» (вогонь гніву) або «explosion of rage» (вибух люті), роблять емоційні стани більш наочними та відчутними.

Метонімії також відіграють важливу роль у вербалізації емоцій. Фізичні прояви емоцій, такі як напружена постава або агресивна жестикуляція, можуть використовуватися для ідентифікації та вираження емоційних станів. Це дозволяє не лише передати емоцію, але й зробити її більш зрозумілою для інших.

Емотивні слова та фразеологізми є важливими інструментами для вербалізації емоцій. Вони можуть включати лексичні та фразеологічні одиниці, що безпосередньо вказують на певну емоцію, наприклад, «a feeling of happiness» (відчуття щастя) або «a sense of excitement» (відчуття захоплення). Такі вирази допомагають точно передати емоційний стан мовця та зробити комунікацію більш живою та виразною.

### **1.3. Художній фільм як засіб відображення емоційності людини**

Художній фільм є одним з найбільш потужних інструментів для відображення емоційного світу людини. Завдяки унікальному поєднанню візуальних, аудіальних та вербальних засобів, кіно здатне передати найтонші нюанси емоцій, створюючи глибокий і багатогранний зв'язок між персонажами на екрані та глядачами. Це мистецтво, яке не тільки розповідає історії, але й дозволяє нам переживати їх, занурюючись у світ героїв та їхніх почуттів.

Емоції є невід'ємною частиною людського існування, і радість, як одна з емоцій, також невід'ємна для людини. Це означає, що зображення людини у будь-якому виді мистецтва, будь то живопис, музика, література, кіно чи театр, неможливе без відображення її емоцій. На сучасному етапі одним з найпопулярніших видів мистецтва є кінематограф.

Зважаючи на масового глядача, його смаки, уподобання та інтелектуальний рівень, автори фільмів розробляють ідею стрічки та способи її втілення. Особливу роль у процесі створення фільму відіграє мова, яка є засобом передачі інформації від творців до глядачів.

У цій роботі під кінофільмом розуміється аудіовізуальний твір, який складається з епізодів, об'єднаних спільним творчим задумом та художніми засобами. Фільм є результатом колективної праці авторів (сценаристів), виконавців (акторів) та виробників (продюсерів) [43]. Технічні аспекти

фільму включають поєднання рухомих зображень, які утворюють єдиний сюжет. Зазвичай фільм також має звуковий супровід.

З огляду на специфіку створення фільмів та важливу роль мовного коду в цьому процесі, кінематограф стає об'єктом досліджень лінгвістів, які спершу спиралися на результати досліджень семіотики кіно [65]. Розглядаючи мову як знак (засіб передачі інформації у фільмі), вчені прагнули зрозуміти, як особливості вираження вербального коду можуть вплинути на реалізацію авторської задумки фільму. З урахуванням результатів перших досліджень, науковці встановили різницю між кінотекстом і кінодискурсом [56], що дало можливість розширити методологічний інструментарій дослідження та збагатити його теоретичними знаннями. Зокрема, лінгвокогнітивні, лінгвокультурні, психолінгвістичні та прагматичні аспекти кіно стали предметом інтересу як вітчизняних, так і зарубіжних науковців [58; 72].

Хоча кіно інтегроване у сферу інтересів лінгвістики, воно все ще залишається дещо відокремленим від інших видів текстів через специфіку свого процесуального оформлення та інформаційного наповнення. Ці особливості суттєво впливають на процес і результати використання мовного коду в кінематографі.

Процесуальні особливості кіно включають поетапне відтворення мовного коду у фільмі, до якого залучена велика кількість осіб (автори, сценаристи, редактори, актори) [60]. Кожен з цих людей певною мірою бере участь у створенні фільму і написанні мовного тексту до нього. Мова виступає інструментом для втілення авторського задуму, разом з аудіовізуальними засобами, вона допомагає реалізувати творчі ідеї. Водночас, мова повинна бути наближеною до живої розмовної мови персонажів фільму, відображати історичні, географічні та соціокультурні традиції тієї частини суспільства, побут якого зображено у фільмі, і залишатися зрозумілою глядачеві. Виконання цих трьох умов суттєво впливає на формування мовного коду у фільмі.

Однак, на нашу думку, ще більш важливою є полікодовість тексту фільму. Під цим терміном ми розуміємо поєднання різних інформаційних каналів в єдину ідейну структуру фільму, що разом формують його зміст.

Полікодовий текст являє собою поєднання вербальних та іконічних елементів в єдине ціле. Ці елементи разом створюють візуальну, структурну, смислову та функціональну одиницю [59]. Полікодові тексти будуються на основі об'єднання в одному графічному просторі семіотично різнорідних компонентів (усний або письмовий вербальний текст, зображення та знаки іншої природи) [56]. З урахуванням інтегрованості мовного коду фільму у взаємодію з іншими інформаційними потоками, його мовна складова може змінюватися і набувати форми, відмінної від тієї, яка реалізується в ізольованому вигляді.

Отже, кінофільм є одним з головних об'єктів дослідження сучасних лінгвістів, які все більше звертають увагу на особливості використання мовного коду в кінематографі. Такий інтерес не випадковий, оскільки процес і результат застосування мовного коду у фільмах значно відрізняються від природної мови. Ці відмінності зумовлені, насамперед, особливостями процесу створення фільму та його інформаційним наповненням.

## Висновки до розділу 1

Психологічні дослідження показують, що емоції є важливою складовою людського життя і відіграють велику роль у сприйнятті навколишнього світу. Вони впливають на наше сприйняття, рішення, поведінку та спілкування. Мова ж, як засіб спілкування, відіграє ключову роль у вираженні цих емоцій та їх розумінні іншими людьми.

Однією з ключових проблем відображення емоцій у мові є семантична різноманітність та полісемія. Друга значуща проблема полягає у національно-культурних відмінностях у вираженні емоцій. Третя проблема стосується термінологічного розмежування і класифікації емоцій. Нарешті, одні й ті самі

мовні одиниці можуть використовуватися для вираження різних емоцій в залежності від контексту та індивідуальних особливостей мовця.

Вербалізація емоцій є складним, але важливим аспектом мовної комунікації. Емотивні значення, конотації, метафори, метонімії та емотивна валентність – всі ці елементи разом створюють багатий інструментарій для вираження емоцій.

Художній фільм займає особливе місце серед мистецьких форм, що відображають людську емоційність. Емоції є невід'ємною частиною нашого існування, і кіно як мистецтво має унікальну здатність передавати ці емоції за допомогою візуальних і звукових засобів.

Створення художнього фільму – це колективний процес, що об'єднує зусилля авторів (сценаристів), виконавців (акторів) та виробників (продюсерів). Важливу роль у цьому процесі відіграє мовний код, який виступає інструментом реалізації авторського задуму. Мова у фільмі повинна бути наближеною до живої розмовної мови персонажів, відображати історичні, географічні та соціокультурні традиції тієї частини суспільства, яку зображує фільм, і залишатися зрозумілою для глядача. Це забезпечує автентичність і глибину емоційного впливу на глядача.

## РОЗДІЛ 2

### ЛІНГВІСТИЧНІ ТА ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ В АНГЛОМОВНИХ ФІЛЬМАХ

#### 2.1. Вербальні засоби репрезентації емоційного стану особистості у сфері кіно

Кінематограф, як синтетичне мистецтво, інтегрує різні засоби вираження для створення цілісного художнього образу. Одним із найважливіших компонентів, що сприяють глибокому і точному відображенню емоційного стану особистості у фільмах, є вербальні засоби. Мова у кіно виступає не лише засобом передачі інформації, але й потужним інструментом для відтворення та підсилення емоційного фону. Вербальні засоби у кінематографі включають діалоги, монологи, закадровий текст та інші форми мовного вираження, які допомагають розкрити внутрішній світ персонажів і передати їхні емоції глядачеві.

В даний час існує багато наукових праць, що розглядають питання мовного відображення емоцій, але незважаючи на це вчені-лінгвісти наголошують на недостатній розробленості основних питань теорії лексичної емотивності [2, с. 92]. Емотивні сенси надзвичайно гнучкі, рухомо і варіативно відбиваються у лексичній семантиці.

Сема емотивності бере участь у маніфестації емоцій у семантиці слова. Відповідно до К. Ізарду мотиваційна система людини включає 10 основних емоцій: інтерес, радість, подив, горе, гнів, огида, зневага, страх, сором, вина [63].

Як бачимо, вихідні емотивні сенси збігаються з номінаціями базових емоцій і з найчастішими словами з безлічі емотивної лексики. Отже, вони становлять семантичне ядро емотивної лексики. Емотивні сенси можуть бути представлені в лексичній семантиці як додаткові, при цьому вони в статусі диференціальних сем уточнюють змістовно різні категорично-лексичні семи.

Якщо враховувати лексичне вираження емотивних смислів, можна назвати, що вершину ієрархії займають семантичні протиставлення – «радість – горе». Ця семантична опозиція має основний характер, тому що входить у набір основних семантичних протиставлень, що мають для народів світу універсальний характер. Ймовірно, і деякі інші емотивні сенси (сум, доброта, агресія, страх, сором і т.д.) можна віднести до розряду універсальних, враховуючи їхню широку представленість як в українській мові, так і в англійській та інших мовах [40, с.259].

Таким чином, емотивні смисли, що відображають основні людські емоції універсальні, а їхня лексична експлікація, яка з різним ступенем глибини і в різних аспектах конкретизує їх, має національну специфіку. Уявлення людини про різноманіття емотивних нюансів відображаються у лексичному значенні слова у внутрішній лексичній конкретизації за рахунок різних диференціальних ознак, що уточнюють категоріально-лексичну сему [40, с.259].

Емоційність у мові виражається сукупністю мовних засобів різних рівнів. Найбільш поширеною позитивною емоцією є інтерес. Ця емоція підтримує рівень активації організму. Зацікавлена людина є уважною, чуйною по відношенню до співрозмовника. Вона отримує задоволення і навіть радість від спілкування, почувається впевнено в мовленнєвій поведінці та виявляє помірний ступінь імпульсивності та напруження.

Вираз інтересу відбувається переважно з допомогою запитальних і спонукальних речень. При цьому в модусі фамільярної мовної поведінки нерідко випадки вживання еліптичних речень, тоді як у модусі ввічливої мовної поведінки домінують повні двоскладові речення.

При переході комунікації у сферу агресивності її учасники відмовляються від відкритого показу інтересу як до особи супротивника, і до будь-яких фактів і подій, що з ним. Навпаки, перебуваючи в модусі агресивної мовної поведінки, інтерактанти намагаються наголосити, що їм нецікава жодна інформація про противника чи його думку. У разі

використовується інтонація типу No head, Falling Head, High (Medium) Level Head c High Fall; Sliding Head + Low Fall [16].

Радість – суто позитивна емоція. Радість може з'являтися при впізнанні якоїсь приємної або знайомої або близької людини, особливо після тривалої відсутності, при творчих зусиллях, а також при зменшенні або в ідеальному варіанті нівелювання негативного емоційного стану. Експресивне вираження радості (наприклад, сміх) збільшує силу суб'єктивного переживання. Дуже часто емоції радості супроводжуються вигуками [31, с. 125].

У висловлюваннях емоцій радості суб'єктом мови домінують егоцентричні конструкції з займенниками I і we, які оформляються здебільшого окличними реченнями. Також радість може виражатися за допомогою експлетивів damn, God, Jesus, hell, Lord, devil, наприклад «Damn it, you look swell!» та інтонаційних конструкцій High Pre-Nucleus + Low Fall; No Head, Falling Head, High (Medium) Level Head + High Fall [10, с. 108].

Здивування – емоція, що з'являється в результаті раптової і несподіваної події, яка оцінюється як більш-менш приємна в порівнянні з тим, яке переживав індивід до його настання. Залежно від обставин, що складаються, подив може оцінюватися людиною або як позитивна, або як негативна емоція.

Найчастіше воно виявляється у мові з допомогою запитальних речень, зміст яких свідчить про помилковість співвіднесення висловлювання співрозмовника з реченням і з допомогою окличних речень. Велику роль відіграє інтонація. Вона допомагає визначити з яким видом подиву ми маємо справу – позитивним чи негативним. Важливою особливістю є довгота виголошення звуків у словах, куди падає фразовий наголос. Також емоція здивування виражається вигуками та експлетивами типу God, Jesus, holy shit [24, с. 182].

Негативні емоції та їх мовна репрезентація у мовленні також мають великий інтерес. Розглянемо різні способи вираження негативних емоцій та проаналізуємо їх на прикладах.



Гнів – реакція на фізичні чи психологічні перешкоди тому, що людина хоче отримати чи зробити. Крім того, особиста образа або примус зробити щось проти власного бажання можуть спричинити виникнення гніву. Розгнівана людина напружена, імпульсивна і відчуває в собі більшу впевненість, ніж при інших негативних емоціях. Для нього перестають діяти багато соціальних бар'єрів, а його вербальна поведінка часто включає нецензурну і низькооцінну лексику і супроводжується звуковими сигналами, такими як *aaʱ*, які ставляться на початку висловлювання.

Гнів може бути спрямований не тільки на сторонніх, але й на себе, знижуючи самооцінку і викликаючи самоосудження. Висловлювання, що відображають емоції гніву, характеризуються таким видом еліптичних речень, як раптове переривання. Це відбувається тому, що людина перебуває в сильному емоційному збудженні, яке може гальмувати її мовленнєву діяльність та тематичну організацію висловлювання.

Гнів може виражатися за допомогою таких же експлетивів, які використовуються для вираження радості: *damn, God, Jesus, hell, Lord, devil* та утрирування приголосних звуків та інтонації *Rising Head + High Fall; High Pre-Nucleus + High Fall + Rise* [24, с. 182].

Печаль класифікується як реакція на втрату чогось цінного чи коханого, впевненості, джерела радості та збудження, будь-яких привабливих рис у собі, власних позитивних установок. Переживання смутку передбачає наявність співчуття з боку оточуючих і має розглядатися у цій зв'язці.

У мовному відношенні людина вдається до умовних конструкцій, що виражають нереальну можливість або умови в минулому і намагається таким чином взяти на себе частину провини за те, що сталося. Також часто використовуються вигуки. Велику роль відіграє інтонація. Найчастіше у прояві смутку вона низхідна, презріння є виявом егоїстичних установок, коли людина відчуває перевагу над будь-ким чи групою людей, відносини з якими характеризуються не як дружні чи приятельські, а скоріше як конкурентні, ревні чи навіть ворожі. Для прояву зневаги також використовуються вигуки.

Зневага необов'язково призводить до крайніх форм агресії, проте людина, яка зневажає, створює перепони між собою та іншими і може виявляти сарказм, ненависть, жорстокість. Зневажаючи людина відчувається сильнішою, розумнішою, тобто кращою у багатьох відношеннях, ніж особа, що зневажається.

Вираз презирства може здійснюватися за допомогою заперечення комбінації з модальними предикатами або негативними наказовими конструкціями і за допомогою інтонації *Stepping Head + Low Fall; No Head, Falling Head* [24, с. 182].

Страх – наслідок фізичної чи психологічної загрози, що створює умови чи ситуації, що сигналізують про наявність небезпеки особистості чи відсутність чинників, які забезпечують безпеку. Причини страху може бути зумовлені біологічними вродженими чинниками (страх висоти, болю, самотності, незнайомих об'єктів і людей) або мати соціокультурну основу, тобто бути результатом навчання (страх високовольтної напруги, небезпечних хімічних елементів, надприродних сил, хуліганів). Страх сильно обмежує свободу поведінки людини, її сприйняття та мислення. Основним мовним актом, використовуваним для навіювання страху одним учасником комунікації іншому є загроза [24, с. 182].

Сором зазвичай супроводжується яскравими зовнішніми проявами: опусканням очей або рухом з боку в бік, почервонінням обличчя або інших ділянок тіла. Важливим є використання емотивно забарвленої лексики та вигуків [24, с. 182].

Учасник комунікації, який намагається присоромити свого співрозмовника або викликати в нього почуття провини за скоєне часто використовує негативні запитання без запитального слова і з підлягаючим, вираженим займенниками, в яких предикат реалізує концепт «соромитися, визнавати провину». Інша конструкція являє собою питальне речення з запитальними словами, яка носить швидше риторичний характер, що часто підтверджується постановкою слідом за ним спонукального речення з

предикатом, що несе концептуальне значення «соромитися, визнавати провину». Часто людина, яка відчуває провину за скоєне використовує запитання з метою спокутування провини (What can I do to...) або оповідальні речення, що використовуються з тією ж метою, наприклад: Проаналізувавши мовну реалізацію негативних емоцій, ми дійшли висновку, що такі емоції як гнів, смуток, зневага, страх, сором і вина виражаються найчастіше за допомогою емоційно забарвленої лексики, вигуків oh і ha, експлетивом God [24, с. 182].

Однією з основних функцій мови у кіно є здатність створювати емоційний настрій сцени. Діалоги між персонажами, що включають емоційно насичені слова, інтонації та мовні звороти, дозволяють глядачам глибше зрозуміти переживання героїв. Наприклад, використання коротких, уривчастих фраз може передавати напруженість і тривогу, тоді як довгі, плавні речення часто асоціюються зі спокоем і розмірковуванням. Інтонація, тембр голосу, паузи і навіть мовчання – все це є частиною вербальної репрезентації емоцій, яка допомагає створити атмосферу і занурити глядача в емоційний контекст фільму.

Монологи, як ще один важливий вербальний засіб, дозволяють заглибитися у внутрішній світ персонажів, розкрити їхні думки, почуття і мотивації. Вони можуть служити своєрідним вікном у душу героя, надаючи глядачам можливість зрозуміти його емоційний стан на глибшому рівні. Закадровий текст, який часто використовується для коментарів і рефлексій, також виконує важливу функцію у створенні емоційного фону і розкритті особистості героїв.

Особливу роль у вербальній репрезентації емоцій відіграють метафори, порівняння та інші образні засоби мови. Вони дозволяють створювати яскраві, запам'ятовувані образи, що передають емоційні переживання персонажів. Наприклад, описуючи страх як «темну хмару, що нависла над душею», сценаристи можуть зробити емоційний стан героя більш відчутним і зрозумілим для глядача. Образні вирази допомагають не лише передати

емоції, але й підсилити їхнє сприйняття, зробити їх більш виразними і запам'ятовуваними.

Важливо зазначити, що вербальні засоби у кіно нерозривно пов'язані з іншими компонентами кіномистецтва – акторською грою, режисерським баченням, музикою та візуальними ефектами. Лише у синтезі з цими елементами мова набуває повної сили і здатності до глибокого емоційного впливу. Актори, через інтонацію, вираз обличчя, жести і рухи тіла, оживляють написані слова, роблячи їх частиною живої, емоційно насиченої реальності фільму [61].

Таким чином, вербальні засоби є незамінним інструментом у репрезентації емоційного стану особистості у кіно. Вони дозволяють передати складні внутрішні переживання героїв, створити емоційний настрій і глибше занурити глядача у світ фільму. Через мову кінематограф не лише розповідає історії, але й робить їх емоційно насиченими, живими і впливовими, забезпечуючи глядачам унікальний емоційний досвід.

## **2.2. Співвідношення категорій емотивності та експресивності та мовні засоби їх вираження**

Вербалізація емоцій може відбуватися різними способами: через використання емоційно забарвлених одиниць на різних рівнях мови, за допомогою ідіоматичних виразів, антитез, метонімії та інших засобів.

Варто зазначити, що багато наукових досліджень зазвичай не виділяють емоційно-експресивну лексику в окремий клас, а досліджують її з різних підходів: від семантичного та семасіологічного до соціолінгвістичного та лінгвокогнітологічного. Це пояснює обмежену кількість словникових дефініцій для цього типу лексики [33, с. 92–93].

Проблема аналізу емоційної лексики викликала інтерес як серед вітчизняних дослідників, так і серед закордонних колег. Основними завданнями в цій галузі для лінгвістів залишаються питання виявлення та

структурування кола психічних станів людини, визначення універсальних базових емоцій, представлених у більшості мов світу, дослідження засобів вербалізації емоцій на основі окремих мов, а також проблема розмежування оцінного, емотивного та експресивного значень та інші [33, с. 92–93].

Почнемо з поняття «емотивності». Емотивна лексика стала об'єктом наукових досліджень відносно недавно, оскільки погляди дослідників на емоції є неоднозначними. Наприклад, філософи XVII–XIX століть розуміли емоції як термін для позначення внутрішніх переживань душі, станів мислячого тіла, станів страждання, специфічних чуттєвих станів – пристрастей і афектів, втілення духу, пристрастей і страждань у діяльності людини, яка енергійно прагне до свого предмета [18, с. 24–32]

Лексичний фонд емотивних засобів мови складається з сукупності слів з емотивною семантикою і називається емотивною лексикою, тобто словами, які не виражають емоції безпосередньо, але позначають їх, входять до лексики емоцій [1, с. 12].

А. Гудманян вважає емотивність важливою категорією літературознавства, лінгвістики, психології, соціології та інших наук. Лінгвіст зазначає, що емоції залежать від культури. Емоції кожного народу мають свою специфіку, і тому те, що є проявом гніву в одній культурі, може не бути таким в іншій. Загальною характеристикою емоцій є їхня спрямованість на емоційну реакцію реципієнта [13, с. 29].

Емотиви класифікуються за обсягом емоцій у їхній семантиці (афективи, конотативи, потенціативи), за модусом їхнього існування (мовні, мовленнєві), за типом емотивної семантики, а також за параметрами експліцитності та імпліцитності вираження. С. Мандер зазначає, що фіксація емоційних процесів здійснюється через психічний механізм їх відображення в семантиці слів, які використовуються для вербалізації емоційних відносин. До емотивів також належать слова, що виражають почуття мовця, та оцінні слова, які кваліфікують предмет чи явище з позитивного або негативного боку своєю лексичною складовою [22, с. 42].

У широкому розумінні емотивність виникає на основі емоційного аспекту когнітивно-комунікативної діяльності та є результатом інтелектуальної інтерпретації емоцій. Емоційність є спонтанною характеристикою мовця, тоді як емотивність – це свідома, цілеспрямована властивість мовлення, яка пов'язана з використанням мовних засобів для надання висловлюванням емоційного забарвлення з метою впливу на слухача [20, с. 78]. На мовному рівні емоції перетворюються на емотивність, тобто емоційність є психологічною категорією, а емотивність – мовною. Іншими словами, емотивність – це семантична властивість мови виражати емоційність через систему своїх засобів як факт психіки [48, с. 280].

Експресивність у тексті виступає як засіб прагматики, відображаючи мовну стратегію автора, і стає інструментом впливу на читача або глядача. Проте експресивність повідомлення, як усного, так і письмового, цим не обмежується. Важливим стає дослідження різних видів внутрішньої та зовнішньої експресивності тексту. Тема також актуальна через те, що сучасна наука визнає відеоматеріали потужним інструментом впливу на свідомість цільової аудиторії, особливо дітей. Дослідження методів такого впливу на глибокому рівні цікавить дослідників різних гуманітарних областей, зокрема філологів [38, с. 439].

Експресія – це не лише емоційна характеристика мовлення, яка надає йому стилістичну маркованість і здатність передавати нетривіальний зміст, але й складна стилістична категорія. Вона базується на поєднанні психічних, соціальних та лінгвістичних чинників і виявляється як посилення виразності повідомлення [47, с. 26].

В. Чабаненко визначає експресію як складну лінгвостилістичну категорію, що ґрунтується на сукупності внутрішньомовних, психічних та соціальних факторів. Вона здатна підсилювати виразність повідомлення та збільшувати вплив висловлювання. Лінгвіст розглядає експресивність як інтенсифіковану виразність, мотивовану психологічно та соціально, що

дозволяє мовному знаку підтримувати напружену увагу, активізувати мислення та посилювати почуття у читачів [46, с. 73].

С. Єрмоленко розглядає експресивність як властивість, яку можуть набувати будь-які мовні одиниці, тобто вона є потенціалом мови (мовлення). Він зазначає: «експресія вираження іманентно властива всій мові, а отже, має про себе знати в будь-якій сфері життєдіяльності» [15, с. 53].

Н. Бойко визначає експресивність як семантико-стилістичну суперкатегорію, яка проявляється в смисловій моделі слова через різні компоненти, що входять до денотативного, конотативного або образного макрокомпонента. Вона вважає, що експресивність можна визначити і аналізувати лише у зв'язку з цими компонентами [5, с. 342].

Експресивність пов'язана з категорією прекрасного, тобто є естетичною ознакою мовлення. Н. Непійвода зазначає, що дотримання естетичних вимог не повинне стосуватися наукового стилю, який традиційно вважається позбавленим емоцій, особливо це стосується науково-технічних текстів. Однак, категорія прекрасного охоплює не лише твори художньої літератури. Прекрасним – інтелектуально прекрасним – може бути також і науковий твір. Естетична цінність наукових творів полягає в їх ясності, логічності та стрункості переданих думок. Наукові тексти, які мають чіткий зміст, можуть захоплювати фахівця та надавати йому відчуття естетичної насолоди [27, с. 164].

Відповідно до О. Селіванової, експресивність визначається як ознака, що підсилює значення слів на шкалі зменшення та збільшення різних денотативних і конотативних характеристик, зокрема логічного змісту, оцінок та емоційності. Експресивність зазвичай пов'язана з різними видами оцінок та емоціями мовця і служить засобом підсилення виразності тексту. У цьому контексті експресивність є ширшою за емоційність завдяки посиленню логічних компонентів [38, с. 149].

Відповідно до О. Селіванової, експресивність визначається як ознака, що підсилює значення слів на шкалі зменшення та збільшення різних

денотативних і конотативних характеристик, зокрема логічного змісту, оцінок та емоційності. Експресивність зазвичай пов'язана з різними видами оцінок та емоціями мовця і служить засобом підсилення виразності тексту. У цьому контексті експресивність є ширшою за емоційність завдяки посиленню логічних компонентів [38, с. 149].

На основі цих визначень можна зробити висновок, що поняття «емоційності» та «експресивності» тісно пов'язані між собою і виконують функцію стилістичного забарвлення тексту. Це робить мовлення більш жвавим і глибоким, дозволяючи додати новий зміст і глибину до діалогів героїв, а також ефективно описати їхній внутрішній світ.

Емотивно-експресивна лексика є унікальним явищем, що проявляється на всіх рівнях мовної системи та мовлення. С. Єрмоленко зазначає, що в тексті будь-які мовні засоби можуть виконувати функцію емотивно-експресивної лексики [156, с. 134].

Емотивно-експресивна лексика є унікальним явищем, що проявляється на всіх рівнях мовної системи та мовлення. С. Єрмоленко зазначає, що в тексті будь-які мовні засоби можуть виконувати функцію емотивно-експресивної лексики.

В. Чабаненко стверджує, що одиниці різних мовних рівнів відіграють ключову роль в інтенсифікації виразності, проте ці рівні не однаково співвідносяться з інтенсифікаторами в кількісному та якісному аспектах. У сучасній англійській мові найпомітнішу лінгвістичну активність мають одиниці лексичного рівня. Мовознавець також підкреслює, що, підтримувані різними генетично неоднорідними чинниками, але об'єднані спільною семантичною функцією, експресивні лексичні, фразеологічні, словотворчі, фонетичні та граматичні (морфологічні й синтаксичні) елементи зміцнюють мовну структуру на всіх її рівнях. Це посилюється інтенсивним міжстильовим проникненням експресивних засобів, їх структурною взаємообумовленістю та функціональною активністю [46, с. 115].



На фонетичному рівні емоції та експресія передаються через інтонацію, темп, мелодію, тембр, поєднання фонем, різні типи пауз, ритми, а також через подвоєння або римування звуків. Використання графонів у мовленні персонажів, неправильне вживання наголосів також вказують на емоційний стан, настрій мовця, а також на його вік, освітній та соціальний статус [20, с. 77].

Автори часто застосовують такі прийоми, як алітерація, асонанс, паронімія, звуконаслідування тощо. На синтаксичному рівні емотивно-експресивна лексика виражається за допомогою інверсії, звертань, вставних конструкцій, односкладних та неповних речень, гіпербол, риторичних запитань і вигуків [25, с. 105].

На синтаксичному рівні для вираження емоцій можуть використовуватися окличні, питальні та вставні елементи. Чим сильніший емоційний напруження, тим більше порушується синтаксична структура. Перерваність, повтори і незакінченість синтаксичних конструкцій є типовими для високої концентрації емоцій [5, с. 432]. Таким чином, синтаксичні засоби не тільки додають емоційного забарвлення, але й підсилюють його вплив, роблячи текст більш виразним і яскравим.

На лексичному рівні існують різні види експресивних засобів: синоніми, омоніми, антоніми та пароніми; використання іншомовних слів, запозичень, русизмів; неологізми, авторські новотвори, okazіоналізми та архаїзми; терміни, професіоналізми; діалектизми; розмовна лексика, жаргонізми, арготизми. Тобто, навіть звичайне, на перший погляд, слово може стати експресивним, якщо одна з його сем буде семою інтенсивності. Такі слова використовуються для характеристики персонажів, створення образності, надання розмовного колориту і підвищення виразності тексту [51, с. 82]. Таким чином, ми можемо говорити про експресивний ефект іменників, дієслів, прикметників та прислівників, що вказують на міру, спосіб і ступінь дії, а також інших частин мови.

Морфологічні засоби експресивності є важливими елементами, оскільки забезпечують структурованість, зв'язність та логічність тексту. Для досягнення потрібного ефекту скомпонованості та наочності часто використовуються емоційно забарвлені афікси, імперативні форми (let, let's), а також ступені порівняння прикметників та прислівників. До засобів вираження експресії на морфологічному рівні також належать: іменники спільного роду з експресивними відтінками; стягнені та нестягнені форми прикметників; слова категорії стану та імперативні форми; експресивні можливості часток і вигуків та їхні форми [17, с. 890]. Крім того, основні засоби експресії включають такі стилістичні прийоми, як стилістичні фігури (еліптичні конструкції, епіфора, анафора, ампліфікація, повтор, градація, тавтологія, антитеза, асиндетон, парцеляція, полісиндетон, лейтмотив, плеоназм, запитання-відповіді, апосіопеза) і тропи (порівняння, метафора, метонімія, синекдоха, епітети, градація, літота, персоніфікація, гіпербола, алегорія, перифраз, іронія, уособлення) [47, с. 40–42].

Окрім того, залучення стилістичних прийомів до основних засобів експресивізації є цілком обґрунтованим. Серед цих прийомів виділяються:

1. Стилiстичнi фiгури: еліптичні конструкції, анафора, епіфора, повтор, ампліфікація, градація, тавтологія, антитеза, асиндетон, парцеляція, полісиндетон, плеоназм, лейтмотив, риторичні запитання, запитання-відповіді, апосіопеза.

2. Тропи: порівняння, метафора, метонімія, синекдоха, епітети, літота, персоніфікація, гіпербола, алегорія, перифраз, іронія, уособлення [5, с. 386].

Обидві класифікації підкреслюють широкий вибір засобів для вираження емотивно-експресивної лексики на кожному рівні мови. Для того щоб передати емоційний стан, іноді достатньо просто виголосити нерозбірливий звук.

Таким чином, емотивність пов'язана з вираженням емоцій мовцем. Вона включає в себе використання лексичних і граматичних засобів, які

дозволяють передати внутрішній емоційний стан людини. Емотивність є суб'єктивною, оскільки вона відображає особисті почуття та емоції мовця. Експресивність, у свою чергу, відображає спосіб, яким мовець передає інформацію з метою впливу на реципієнта. Це не лише вираження емоцій, а й акцентування певних аспектів повідомлення для досягнення бажаного ефекту. Експресивність є більш універсальною, оскільки вона може використовуватися в різних стилях мовлення – від наукового до художнього.

Емотивність і експресивність часто взаємодіють у мовленні, створюючи багатогранні та насичені висловлювання. Наприклад, у художньому тексті автор може використовувати експресивні засоби для підсилення емоційного ефекту, який він хоче справити на читача.

### **2.3. Відображення національних особливостей емоцій у вербальній комунікації в сфері кіно**

Кінематограф, як універсальне мистецтво, не лише розважає, але й відображає культурні, соціальні та емоційні особливості різних народів. Одним із ключових аспектів цього відображення є вербальна комунікація, яка передає національні особливості емоційного стану персонажів. Емоції в кіно відображають не тільки індивідуальні переживання, але й колективні уявлення, характерні для певної культури. Через мову, інтонації та контекст кінематограф показує, як різні народи сприймають і виражають свої емоції.

Усі культури мають свої емоції, які визначаються соціокультурними параметрами. Серед них є як універсальні, так і специфічні для певних культур емоції. Оскільки емоції є невід'ємною частиною культури кожного народу, вони також відображаються в мові. Кожен народ сприймає одну й ту ж ситуацію через призму своїх культурних знаків, традицій та системи світогляду, що формує різні емоційні реакції на ті чи інші явища [71, с. 106].

Завдяки емоційним відтінкам словосполучень та мовних одиниць, мова стає живою та значущою як складна, динамічна система. Однією з

найважливіших функцій у комунікації є передача оцінного ставлення до певних явищ та фактів дійсності [67, р. 779].

Культурний концепт також є важливим елементом існування суспільства, оскільки відтворює колективну пам'ять і зберігає загальнолюдські цінності. Оскільки мова тісно пов'язана з культурою, людина виражає її через свої висловлювання. Національно-культурна специфіка формується під впливом різних чинників, таких як географічне розташування та історичні події.

Емоційно-експресивні засоби спілкування можна віднести до тих факторів, які в найбільш яскравій та наочній формі відображають особливості національної культури представників різних етносів, їхньої комунікативної поведінки. (Під комунікативною поведінкою розуміється «сукупність норм і традицій спілкування певної групи людей»). Дані засоби надзвичайно різноманітні: вони притаманні як вербальним (головним чином лексичним та граматичним одиницям мови), так і невербальним (насамперед кінесичним, такесичним та проксемічним) формам комунікативної поведінки [33, с. 95]. Вивчення аналізованої тематики є дуже актуальним і важливим, оскільки незнання національно-культурних особливостей норм і традицій спілкування представників іншого етносу може призвести до численних курйозів, непорозуміння, непорозумінь, а іноді й до культурного шоку.

Національна специфіка емоцій та темпераменту особливо яскраво помітна при зіставленні комунікативної поведінки представників різних соціокультурних спільнот. Цілком справедливо пише І. Фельцан, що «всі розбіжності мов та культур виявляються при зіставленні» [42, с. 592].

Національно-психологічні риси характеру розуміються нами як «своєрідний національний колорит почуттів та емоцій, способу мислення та дій, стійкі та національні риси звичок і традицій, що формуються під впливом умов матеріального життя, особливостей історичного розвитку даної нації та проявляються у специфіці її національної культури» [42, с. 592].

До прикладу, вивчення вітчизняної та зарубіжної спеціальної літератури щодо життя, побуту, традицій та психічного складу латиноамериканців та іспанців дозволяють висловити міркування, що головними національно-психологічними рисами характеру цих народів є їх гіперемоційність, відкритість, безпосередність і спонтанність у прояві душевного стану, сентиментальність (властива жінкам, головним чином латиноамериканкам), щирість у комунікативній поведінки, а також мачизм [49, с. 245].

Також, спираючись на дослідження вчених, можна дійти висновку, що мають місце дуже істотні відмінності у психологічному складі характеру англійців і американців. Англійцям характерна емоційна стриманість. Вони не намагаються виявляти відкрито, приховувати свої емоції; у комунікативній поведінці їм не характерна щирість. Для переконливості даних тверджень наведемо деякі висловлювання вчених. Так, С. Ольховецький та В. Ольховецький пишуть: «Англійці завжди спокійні та витримані... Емоційна стриманість є найважливішою відмінністю англійської комунікативної поведінки» [16, с. 65].

На відміну від англійців, за даними С. Ольховецького, В. Ольховецького та інших дослідників, «американці дуже безпосередні у висловленні своїх емоцій. Емоції приховувати не прийнято, позитивні емоції можуть бути публічно виражені вкрай емоційними вигуками, вереском, криком ... Приміряючи одяг, можна почути вереск сусідки по примірочній: «Oh, I like it». Говорячи про національні особливості вираження емоцій американцями, не можна забути про те, що США виключно неоднорідна в етнічному відношенні країна, і що психологічний склад характеру американця залежить більшою чи меншою мірою від його етнічного походження. Особливо яскравий прояв етнічний чинник знаходить у п'яти південно-західних штатах – Техасі, Нью-Мексико, Колорадо, Аризоні, Каліфорнії. Про техасців, зокрема, знаходимо такі рядки: «Техасці – народ

гарячий та експансивний... від жителів інших штатів техасець відрізняє навіть за манерою триматися на людях» [16, с. 47].

Перейдемо до опису деяких випадків відображення у вербальних засобах комунікації психологічного складу англомовних народів. Зазначені вище психологічні риси англійців та американців, насамперед емоційна стриманість англійців, проявляється у словотвірній структурі англійської мови, зокрема у кількості зменшувально-пестливих суфіксів. Як відомо, в англійській мові, на противагу іспанській, є невелика кількість емоційно-оцінних суфіксів: -у (варіант -ie), -ling, ette, -let, -ster; практично в ньому узуальний лише один суфікс -у (варіант -ie) [49, с. 247].

Величезна різниця в порівнянних мовах існує й у частотності вживання димінутивів у розмовно-повсякденній мові: на тлі рясного використання зменшувально-пестливих суфіксів латиноамериканцями та іспанцями для вираження різноманітних відтінків почуттів та емоцій, у мовному спілкуванні представників англійської та американської культур, навіть найпродуктивнішого суфікса -у (-ie)). Як пише С.Г. Тер-Мінасова «bird (птаха) – birdie (птаха), girl (дівчинка) – girlie (дівчина) – це рідкісні винятки»

Вкрай бідний в англійській мові (особливо у порівнянні з іспанською) склад емоційно-експресивних фразеологічних одиниць в димінутивній формі (mammy, daddy, auntie). Слід зазначити, що взагалі набір афективних (емоційно-експресивних) апелятивів дуже невеликий; найбільш частотні: dear, honey, darling, sweetheart, love [42, с. 592].

Цікаво, що англійці для вираження близькості і при зверненні до близьких друзів часто вживають грубі слова (swear words), які в даній ситуації є своєрідним знаком інтимності [42, с. 592].

Хоча в англійській комунікативній культурі при зустрічі нерідко реалізуються етикетні формули, що виражають позитивне ставлення того, хто говорить («Good to see you», «What a nice pleasure», «What a nice surprise», «Fancy meeting you here») за їх кількістю, емоційністю, частотності використання, вони, без жодних сумнівів, залишаються далеко позаду

паралельних стереотипних іспанських формул. Важливо також наголосити, що вживання даних мельоративних висловлювань – це зазвичай ніщо інше як етикетне вираження даних емоцій у стратегічних цілях: задля досягнення зближення з комунікантом [49, с. 248].

В англомовних країнах, як і в іспаномовних, також є димінутивні та трансформовані форми особистих імен: Richard – Dick, Dicky; William – Will, Bill, Willy, Billy; Ann (e) – Nan, Nancy. На відміну від іспанських, їхній репертуар явно менший. Крім того, якщо англійські короткі імена «прийнято вважати службовцями цілі мовної економії та зручності» [Єрмолович, 2001, с. 43], в іспанській мові вони використовуються, насамперед, для вираження різних позитивних емоцій. «Відмінною особливістю англійських особистих імен є їх відносна стійкість у межах функціонального стилю... В англійській за людиною закріплюється переважно одна якась форма, яка використовується в переважній більшості випадків» [49, с. 248]. В іспанській мові вживання повного імені, його димінутивної або короткої форми залежить головним чином від соціальних факторів та емоційного настрою того, хто говорить.

Що стосується комунікативного акту «комплімент», то в англійців, так само, як і в американців, комплімент – це засіб реалізації важливої комунікативної стратегії, засіб прояву уваги до партнера. В англійській комунікативній культурі перше місце займають компліменти внутрішнім моральним якостям людини [42, с. 593]. У англомовних культурах дані мовні стереотипи виконують передусім контактовстановлюючу функцію і часто є чисто формальною формою ввічливості. У зв'язку з широким феміністським рухом (особливо в США), зокрема боротьбою проти Sexual Harassment (домагання або образа на сексуальному ґрунті), американцями «як образу може бути розцінений найбезневинніший комплімент чоловіка на адресу колеги-жінки. Похвала її костюму, прикрасам, зачісці, духам, як і будь-які інші висловлювання щодо її зовнішнього вигляду, можуть бути сприйняті як неприпустима вільність, поганий тон і сексуальне приниження» [42, с. 593].

Природно, що в англomовних країнах такий тип компліменту, як піропо в іспаномовних, відсутній.

Вербальна комунікація у кіно не обмежується словами; вона включає інтонацію, акценти, діалекти і навіть паузи між словами. У французькому кінематографі, наприклад, можна часто почути мелодійні інтонації, що додають романтичного або драматичного відтінку діалогам. У американському кіно акценти часто використовуються для підкреслення етнічної приналежності персонажів, що допомагає глядачам ідентифікувати культурні особливості та емоційний контекст.

Крім того, кіно дозволяє вивчати культурні концепти, які впливають на вербальну комунікацію. Наприклад, поняття честі та обов'язку є центральними у багатьох азійських культурах, і це часто відображається у діалогах персонажів, які виражають повагу, покірність або глибокий особистий обов'язок. У західних фільмах можна знайти більше акценту на індивідуалізмі та самовираженні, що впливає на манеру говорити і на теми розмов.

Національні особливості емоцій також виявляються у використанні символів і метафор. У російському кінематографі часто використовуються природні метафори для вираження складних емоційних станів, тоді як у мексиканських фільмах можуть бути присутні релігійні або фольклорні образи, які додають глибини емоційним переживанням персонажів. Це збагачує мовний контекст і дозволяє глядачам краще зрозуміти культурні корені емоційних реакцій.

Відображення національних особливостей емоцій у вербальній комунікації в кіно підкреслює важливість культурного контексту у розумінні людських почуттів. Кіно як мистецтво не лише розповідає історії, але й допомагає зрозуміти, як різні культури відчують і виражають свої емоції. Це робить кіно потужним інструментом для вивчення та збереження культурних цінностей, надаючи глядачам можливість побачити світ очима інших народів.



Отже, представникам різних полікультурних спільнот характерний різний ступінь їхньої емоційності та темпераментності, що має чітке відображення у вербальних засобах комунікації. До прикладу, на відміну від англомовних народів, іспаномовним властива значно більш високий ступінь емоційності та темпераментності, що, зокрема, знаходить яскраве відображення як у системі іспанської мови. Через мову, інтонації та культурні контексти, кінематограф відкриває нам багатогранність людських емоцій і дозволяє глибше зрозуміти різноманітність світових культур.

## Висновки до розділу 2

Кінематограф є потужним інструментом для передачі емоційних станів особистості. Одним з ключових засобів, що забезпечують цю передачу, є вербальні елементи – мова персонажів, діалоги та монологи, які не лише просувають сюжет, але й розкривають внутрішній світ героїв. Вербальні засоби у кіно відіграють важливу роль у формуванні емоційної атмосфери, створюючи глибокий і багатогранний зв'язок між глядачем і персонажами.

У сучасній лінгвістиці поняття емотивності та експресивності відіграють ключову роль у розумінні багатогранності мовного вираження. Емотивність відображає здатність мови передавати емоційні стани мовця, тоді як експресивність зосереджується на інтенсифікації виразності та впливу мовлення на слухача або читача.

Важливо зазначити, що експресивність охоплює ширший спектр мовних засобів, ніж емотивність. Вона може включати логічні та раціональні компоненти, що підсилюють виразність мовлення, тоді як емотивність зосереджується виключно на емоційних аспектах. Наприклад, риторичні питання або паралельні конструкції можуть використовуватися для підсилення аргументації та створення вражаючого ефекту, навіть якщо вони не мають явного емоційного забарвлення.

Кіно є потужним інструментом для вивчення національних особливостей емоцій через вербальну комунікацію. Різні ступені емоційності та темпераменту, характерні для різних культур, відображаються у мові, інтонаціях та культурних контекстах фільмів. Завдяки цьому кінематограф відкриває глядачам багатогранність людських емоцій і допомагає краще зрозуміти різноманітність світових культур. Це робить кіно не лише розважальним, але й освітнім засобом, що сприяє взаєморозумінню і толерантності між народами.

## РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ ЕМОЦІЙ НА ПРИКЛАДІ ФІЛЬМУ «EAT, PRAY, LOVE»

### 3.1. Лексичне вираження емотивності у фільмі «Eat, Pray, Love»

Фільм «Їсти, молитися, кохати», знятий за однойменною книгою Елізабет Гілберт, розповідає про глибоку особисту кризу, переосмислення життя та пошуки справжнього щастя головної героїні, Елізабет Гілберт. Відмовившись від забезпеченого, але пригнічуючого її існування в Америці, Елізабет відправляється в подорож, яка обіцяє не лише фізичне переміщення з точки в точку на карті, але й емоційне перевтілення. Відвідавши Італію, Індію та Індонезію, вона не просто пізнає культури цих країн, але й занурюється в осмислення себе як незалежної особистості, яка здатна керувати власним життям та відчувати глибокі емоції.

Цей фільм є винятковим полотном для аналізу лексичного вираження емоцій, адже саме слова стають ключовим інструментом у передачі інтимного світу героїні. Через мовні образи ми відчуваємо її біль, радість, розчарування та просвітлення. Вибір слова, його конотації, контекст використання – усе це допомагає глядачеві краще зрозуміти внутрішні конфлікти та переживання Елізабет.

Це дослідження покликане розглянути, як саме лексика фільму використовується для створення емотивної насиченості, що дозволяє глибше зануритися в психологічну атмосферу історії. Зокрема, аналіз буде зосереджений на тому, як лексика відображає еволюцію емоційного стану героїні від її життя в Америці до зустрічей і досвідів у трьох різних куточках світу. Вивчення цих лексичних елементів дасть змогу не тільки краще зрозуміти персонажа, але й заглибитися в суть емотивної виразності мови в цілому.

Для глибокого вивчення того, як у фільмі «Eat, Pray, Love» представлені емоції за допомогою мови, було проведено всебічний аналіз.

Цей аналіз включав в себе визначення лінгвістичних методів, які використовуються для опису емоцій, почуттів, станів та відчуттів персонажів. Процес аналізу складався з кількох ключових кроків:

1. збір необхідних даних;
2. організація і систематизація зібраної інформації на основі того, чи емоції позначені прямо чи непрямо;
3. виконання кількісних обчислень;
4. аналіз та опис зібраних даних.

Таким чином, для детального вивчення мовних засобів, які передають емоційні стани персонажів у фільмі, було вибрано 113 випадків, що явно чи опосередковано виражають емоції. Ці приклади були класифіковані як засоби прямої (48,7% випадків) та непрямой (51,3% випадків) емоційної експресії, як показано на рисунку 2.1.



Рис. 2.1 Мовні засоби, використані для демонстрації та опису емоційних станів персонажів у фільмі «Eat, Pray, Love»

Встановлене співвідношення між різними засобами є умовним, оскільки одні й ті ж емоції чи стани можуть виражатися за допомогою різноманітних мовних інструментів на різних рівнях.

На основі нашого аналізу, ми виявили значну варіативність у виборі мовних засобів для позначення та вираження емоцій у творі.

Як було зазначено раніше, до мовних засобів прямої номінації належать ті лексичні одиниці, що безпосередньо називають емоцію. До них відносяться такі частини мови, як іменники, прикметники, дієслова, та прислівники.

На підставі наших досліджень, ми встановили, що більшість прикметників і прислівників, зокрема 59%, виконують функцію доповнення в описах емоцій, адже самі по собі вони не здатні передати повну картину почуттів без наявності іменника чи дієслова. Взяти, наприклад сцену, де головна героїня, Ліз, знаходиться в Італії. Вона відчуває радість та насолоду від простих життєвих задоволень, особливо під час відвідин маленької пекарні. У цій сцені вона каже: «*I savored every bite of that pizza, I felt so alive and joyful*» [54]. Тут дієслово «savored» та прикметники «*alive*» і «*joyful*» вказують на глибокі позитивні емоції, які переживає героїня. Ці слова ефективно передають емоційний стан Ліз, підсилюючи зв'язок із глядачем.

Також наш аналіз показав, що чотири основні засоби прямої номінації емоцій виявлені у приблизно рівних частках: дієслова становлять 32,2%, прислівники – 31,3%, прикметники – 27,8%, а іменники – лише 8,7% (див. рис. 2.2). Детальніше розглянемо кожен із цих мовних засобів у контексті фільму «Eat, Pray, Love».



Рис. 2.2 Мовні засоби прямої номінації емоцій та емоційних станів персонажів фільму «Eat, Pray, Love».

У фільмі «Їсти, молитися, кохати» велика увага приділяється внутрішнім переживанням героїні, що виражається через різноманітні дієслова, що описують емоції. Одним із таких випадків є використання героїнею Елізабет дієслова *to feel* у різних контекстах, які допомагають зрозуміти її емоційний стан.

Під час перебування в Італії, Елізабет каже: «*I feel so lost, scattered, as if I'm shattered into pieces*» [54]. Тут дієслово «*feel*» використовується разом із прикметниками «*lost*» та «*scattered*», а також дієприслівниковим зворотом «*shattered into pieces*», що підсилює зображення її розгубленості і відчуття втрати контролю над життям.

В цьому випадку дієслово «*feel*» виступає як засіб для введення опису емоційного стану. Прислівник «*so*» діє як підсилювач, аналогічно до «*terribly*» в наведеному прикладі з джерела. Прикметники «*lost*» і «*scattered*» та фраза «*shattered into pieces*» дають конкретнику до емоційного стану – вони детально описують глибину її смутку та внутрішньої розбитості. Це приклад того, як через комбінацію дієслова з іншими частинами мови можна детально передати складні емоційні переживання персонажа.

Ліз замислюється про своє життя в Італії і каже: «*I am eating irresponsibly lavishly*» [54].

1. Дієслово (V) – «*eating*» – це основна дія, яка вказує на те, що Ліз зараз займається їжею. Дієслово «*eating*» є основним словом, яке визначає діяльність персонажа в цей момент.

2. Прислівник (Adv) – «*irresponsibly*» підсилює дію, надаючи їй додаткового відтінку і глибини. В даному випадку «*irresponsibly*» підкреслює недбалість і безтурботність, з якою Ліз підходить до їжі, ігноруючи звичні обмеження або норми.

3. Прикметник (Adj) – «*lavishly*»: Прикметник описує якість або характер дії. «*Lavishly*» тут описує розкішний, багатий спосіб, у який вона споживає їжу, підкреслюючи занурення в досвід на повну катушку без всяких обмежень.

Цей вираз відображає емоційний стан Ліз, де вона повністю поринає у задоволення та емоційний відпочинок від своїх попередніх життєвих стресів, насолоджуючись моментом «тут і зараз» без відчуття вини або самокритики. Це демонструє, як лексичні засоби вираження емоцій у фільмі можуть передавати складні внутрішні переживання персонажа і їхній глибокий внутрішній світ.

У одній з ключових сцен фільму Ліз спілкується зі своїм другом і висловлює свої побоювання щодо подальшої подорожі. Вона каже: «*I shouldn't feel lost during this journey*» [54]. Це речення виражає змішані емоції, що виникають через внутрішні сумніви та страхи, які переживає Ліз.

Якби висловлювання було «*I feel lost during this journey*» це б безпосередньо вказувало на негативний емоційний стан – втрату, дезорієнтацію, що може викликати почуття тривоги або невпевненості. Вживання «*shouldn't*» у реченні вносить нюанс, що хоча персонаж міг би відчувати себе втраченим, вона вважає, що не повинна це відчувати. Це змінює полярність емоційного забарвлення з негативного на більш нейтральний або навіть позитивний, акцентуючи на її внутрішній рішучості не піддаватися цим почуттям. Використання негації у фільмі «Eat, Pray, Love» ефективно передає внутрішню боротьбу Ліз, її змінюване ставлення до власних емоцій та її розвиток як персонажа. Цей мовний прийом допомагає глядачам глибше зануритися в емоційний світ героїні і краще зрозуміти її внутрішні конфлікти та їх розв'язання в ході її подорожі.

Розглянемо інші дієслова, що позначають відчуття та емоції. Перш за все, це дієслово «*to seek*», яке є центральним у побудові наративу фільму. Дієслово «*to seek*» вживається Ліз у різних контекстах, які відображають її внутрішні прагнення і бажання. Наприклад, у одній із сцен, Ліз говорить: «*I am seeking peace, seeking happiness*» [54]. Тут «*to seek*» – це не просто пошук, а глибоке емоційне прагнення до стану внутрішнього спокою та щастя, що підкреслюється виразом бажання знайти це в різних аспектах її життя.

Це використання дієслова «*to seek*» підкріплюється лексичним значенням «*to attempt to find something*», але в емоційному контексті фільму, це має більш глибокий зміст, оскільки Ліз шукає не лише фізичні або зовнішні об'єкти, а переважно внутрішнє осмислення і духовне задоволення.

Розглянемо дієслова, які виражають лише позитивну оцінку (90%)

В «*Eat, Pray, Love*» головна героїня, Елізабет, зазнає багато сильних та позитивних емоцій через зустрічі з новими людьми та враженнями під час своїх подорожей. Ось приклад з фільму, де можна використати аналіз позитивної оцінки через дієслово «*to love*»:

«*But I do know that I have collected myself of beauty. And I have been loved here*» [54].

Дієслово «*loved*» у цьому висловлюванні грає ключову роль, оскільки воно передає глибоку емоційну залученість і позитивне ставлення людей до Елізабет у Італії. Це слово в контексті сцени вказує не тільки на романтичне чи сексуальне захоплення, але й на глибоку емоційну прив'язаність та прийняття, що підкреслює важливість цих моментів у її особистому розвитку та самоусвідомленні.

Емоційна вага цього дієслова в контексті фільму підсилюється через позитивну динаміку її досвіду в Італії, де вона вчиться любити себе та відчувати життєву радість. Таке використання дієслова «*loved*» ілюструє не тільки емоційну трансформацію героїні, але й важливість міжособистісних відносин у її життєвому шляху.

Можна також розглянути використання дієслів з позитивною конотацією, таких як «*to enjoy*».

Сцена в Італії, де Елізабет вчиться насолоджуватись простими радощами життя «*I'm in love with my pizza*» [54].

У цьому контексті, Елізабет використовує фразу «*in love with my pizza*» для вираження своєї глибокої насолоди та задоволення, що також можна вважати розширенням значення дієслова «*to enjoy*». Вона цінує цей момент не просто як харчування, а як частину свого духовного і емоційного



відновлення. Це вираження ставить акцент на зв'язку між фізичним та емоційним задоволенням.

Окрім позитивних емоцій, дієсловами у розглянутому творі позначено також і негативні емоції, хоча кількість таких дієслів набагато менша (10%). окрема, зосередимося на дієсловах «to hate» та «to argue», аналізуючи їх вживання в контекстах фільму.

Дієслово «to hate» (ненавидіти) У фільмі «Eat, Pray, Love» Елізабет стикається з внутрішніми конфліктами і моментами неприйняття себе, особливо у фазі її перебування у Нью-Йорку перед подорожжю. Приклад вживання:

*«I hate my life» [54].*

Це дієслово виражає сильну негативну емоцію і використовується для підкреслення глибокої невдоволеності Елізабет своїм життям у цей період. Це слово ефективно передає відчуття відчаю та розчарування, яке спонукало її до змін.

Дієслово «to argue» (сперечатися) В контексті фільму, це дієслово часто вживається в сценах, де Елізабет має конфлікти з іншими персонажами або зі своїми внутрішніми переконаннями.

Сцена в Італії, де вона сперечається з друзями про значення їжі і насолоди: *«Why do we always argue about whether I should eat this or not? I'm tired of feeling guilty» [54].* У цьому випадку, «to argue» відображає негативну емоцію у вигляді фрустрації та стомленості від нескінченних дискусій. Елізабет бореться з культурними та особистими очікуваннями, що є важливою частиною її подорожі до самопізнання.

В результаті аналізу виявлено, що у фільмі «Eat, Pray, Love» дієслова слугують ефективним інструментом для безпосереднього вираження емоцій, складаючи 32,2% від усіх емотивних засобів, розглянутих у дослідженні. Ці дієслова включають в себе як ті, що безпосередньо описують емоції або почуття, так і ті, що мають більш широке значення і входять до складу

фразових конструкцій типу V+Adj/Adv, де вони допомагають номінувати різні емоційні стани.

У досліджуваному фільмі, прислівники, що виражають емоції, зустрічаються майже так само часто, як дієслова та прикметники, складаючи близько 31,3% від усіх емотивних засобів. Вони служать важливими доповненнями для підсилення емоційного забарвлення висловлювання. Особливо важливо, що значна більшість цих прислівників (65%) несуть позитивне значення або конотацію.

У фільмі «Eat, Pray, Love» прислівники, що виражають позитивні емоції, є важливими для створення атмосфери оптимізму та самовдосконалення, що пронизує весь сюжет. Прислівник «*happily*», який за визначенням означає «in a happy way», використовується в ключових моментах, наприклад, коли головна героїня Ліз відчуває радість від життя в Італії. Вона каже: «*I'm eating my way through Italy, and I've never felt so happily overwhelmed*» [54].

Щодо прислівника «*pleasantly*», який визначається як «in a way that is enjoyable, attractive, friendly, or easy to like», він також має значне використання в сценах, що зображують мир та задоволення. Одна з таких сцен зустрічається під час медитації в Індії, де Ліз зазначає: «*As I sat there meditating, I felt an unexpectedly pleasant sense of peace*» [54].

Ці приклади демонструють, як емоційно забарвлені прислівники використовуються для передачі глибини переживань героїні, відіграючи ключову роль у формуванні загальної емоційної палітри фільму. Таким чином, прислівники не лише допомагають виразити емоції, але й слугують для підсилення враження від подорожей і особистісного зростання, що є основою сюжету «Eat, Pray, Love».

У фільмі «Eat, Pray, Love», прислівники з негативною семантикою (15%) також грають важливу роль у підкресленні конфліктів та внутрішніх переживань персонажів. Наприклад, використання прислівника з негативною конотацією – «*reluctantly*», що підсилює негативні емоції, пов'язані з

відмовою від бажань або необхідністю зробити щось небажане. У фільмі це можна побачити, коли Ліз замислюється про своє майбутнє і каже: «*I reluctantly realized that I needed to start over, which meant leaving behind what was familiar*» [54]. Тут прислівник «*reluctantly*» відображає її небажання залишати комфортне минуле, підкреслюючи внутрішню боротьбу.

Ці використання прислівників демонструють, як через лексику передаються складні емоційні стани персонажів, збагачуючи наратив фільму глибиною та реалістичністю. Використання емотивно забарвлених прислівників дозволяє глядачам краще зрозуміти і відчувати внутрішній світ героїв.

Поряд з прямими прислівниковими номінаціями, тобто тими, які виражають чи позначають конкретну емоцію, у творі частіше (20%) зустрічаються прислівники-підсилювачі, які змінюють свою цінність залежно від контексту та ядерних елементів виразу. Один з таких прикладів – вживання прислівника «*really*», яке несе нейтральне значення «дійсно» але в контексті вживання набуває емотивного забарвлення.

Наприклад, коли Ліз вперше прибуває в Італію і відчуває радість від місцевої кухні, вона описує свої відчуття словами: «*I'm really enjoying this new experience*» [54]. Тут «*really*» підсилює її позитивні емоції, показуючи глибину задоволення від перебування в новій культурі.

Ще один приклад використання цього прислівника знаходимо в сцені, де Ліз відвідує Індію і розмовляє про своє духовне шукання: «*The silence in the morning was really profound.*» В цьому контексті, «*really*» виступає як підсилювач глибини і серйозності моменту, підкреслюючи її враження від духовної практики.

Згідно з нашим аналізом, у фільмі прислівники, що безпосередньо називають або відтворюють емоції, трапляються доволі рідко. Як мовний інструмент для прямої вираженості емоцій, вони переважно використовуються для емпатичного ефекту, тобто для підсилення смислу основних елементів вислову, таких як іменники, дієслова або прикметники.

Так, прислівники здебільшого лише додають нюанси до емоцій, а не описують їх повністю.

Прикметники, які передають емоції, в аналізованому матеріалі складають 27,8%, серед яких позитивні переважають (70%), в той час як негативні преставляють лише 30%.

Почнемо аналіз з розгляду найпозитивнішого прикметника – *happy*.

У фільмі «Eat, Pray, Love», головна героїня Ліз під час своєї подорожі в Італію часто вживає слово «*happy*». Під час однієї зі сцен, де вона відвідує маленьке кафе в Римі, можна чути її слова: «*I felt incredibly happy and liberated, just sitting there and enjoying my coffee, without worrying about the past or future*» [54]. Цей момент демонструє, що Ліз відчуває задоволення та радість, що є ключовими характеристиками стану щастя.

Протилежний випадок відбувається в Індії, де Ліз спілкується з іншими відвідувачами ашраму. Один з персонажів описує свій попередній досвід в Америці, кажучи: «*I was so unhappy back home; it felt like I was completely lost*» [54]. Тут «*unhappy*» використовується для підкреслення його невдоволення та смутку, що є безпосередньою протилежністю до щастя.

Цей аналіз демонструє, як одне слово в різних контекстах може передавати різні емоційні стани в ході фільму. Залежно від контексту і додавання префіксів, емоційний заряд слова змінюється, що в свою чергу впливає на сприйняття героїв та розвиток сюжету.

У фільмі «Eat, Pray, Love» лексичне вираження емотивності також знаходить своє відображення через використання ступенів порівняння прикметників, що посилює емоційне напруження у важливі моменти сюжету.

У сцені, де Ліз відвідує Балі, вона описує свої відчуття так: «*I felt even more relaxed in this beautiful island, the scenery and the gentle nature of the people helped me to unwind*» [54]. Тут прикметник «*relaxed*» у вищому ступені порівняння, маркований часткою «*more*», підсилює відчуття спокою та комфорту, що є центральним для її перебування на Балі.

Подібна сцена відбувається, коли Ліз знаходить духовне просвітлення у Індії. Вона говорить: «*As I meditated deeper and deeper, the experience became more important to me than anything else in my life at that moment*» [54]. Цей приклад демонструє вищий ступінь порівняння прикметника «*important*», підкреслюючи, що духовне зростання стало для неї важливішим за будь-що інше, що вказує на її змінені пріоритети та емоційний стан.

Ці приклади з фільму «Eat, Pray, Love» показують, як ступені порівняння прикметників ефективно використовуються для вираження змін у емоційних станах головної героїні, зокрема у її переходах від стресу та невдоволення до глибокої релаксації та духовного задоволення.

Таким чином, у фільмі прикметники, нарівні з дієсловами та прислівниками, слугують засобами для безпосереднього називання емоцій. Вони дозволяють виразити різні емоційні стани: позитивні, негативні і нейтральні. Деякі з розглянутих прикметників утворюють антонімічні пари, що допомагає підкреслити контраст між емоціями. Також значення емоційних прикметників може бути посилене за допомогою ступенів порівняння.

Іменники, які передають емоції в аналізованому фільмі, за кількісним показником посідають останнє місце серед мовних засобів їх прямої номінації (8,7%).

Слід звернути увагу на широко вживаний іменник «*sense*», який описує здатність сприймати, реагувати чи цінувати щось. Цей термін має велике значення в контексті розуміння фізичних і емоційних відчуттів, особливо зважаючи на тематику самоаналізу та самовдосконалення у фільмі. Розглянемо декілька прикладів:

«*Moving to Italy, the place awakens a dormant sense of beauty that I seemed to have lost*» [54] – цей вислів показує, як нове оточення в Італії розбуджує в головній героїні Елізабет почуття краси, що вона, здавалося, втратила. Використання слова «*sense*» вказує на глибоке емоційне відновлення.

«*Her laughter and joyful sense of humor always light up our gatherings*» [54] – у цьому реченні «*sense of humor*» підкреслює спосіб, яким героїня сприймає та реагує на світ навколо себе, вказуючи на її здатність радіти життю та знаходити в ньому позитив.

В аналізованому матеріалі розмежовано дві групи іменників, що позначають емоції чи емоційні стани:

1) непохідні (50%) – мають тільки корінь;

Joy – «*It's the strangest thing, but I'm having the time of my life*» [54] – у цьому фрагменті, коли Елізабет перебуває в Італії, слово «*joy*» не вживається буквально, але вираз «*having the time of my life*» чітко відображає величезне відчуття щастя, яке вона переживає.

Fun – «*Trying all these amazing Italian dishes is so much fun!*» [54] – тут слово «*fun*» використовується для опису задоволення, яке головна героїня отримує від кулінарних вражень в Італії.

2) похідні (50%) – утворені за допомогою префіксів та суфіксів без зміни значення, але зі зміною частиномовної належності.

Frustration – «*I planned my entire life, but something is missing, and it's frustrating*» [54] – цей вислів виражає фрустрацію Елізабет через відчуття неповноти життя, незважаючи на досягнення того, що було заплановано.

Excitement – «*I'm excited about this journey, about the places I will see and the people I will meet*» [54] – слово «*excitement*» використовується для опису емоційного піднесення, яке відчуває Елізабет перед початком своєї подорожі.

Таким чином, мовні засоби прямої субстантивної номінації людських емоцій та почуттів займають відносно невелику частку у фільмі, складаючи всього 8,7%. Ці іменники можуть бути розділені на два типи: непохідні, які складаються тільки з кореня слова, і похідні, що утворюються з допомогою таких суфіксів як *-ness*, *-(act)ion*, і *-ment*.

### 3.2. Психолінгвістичні механізми опису емоцій у фільмі «Eat, Pray, Love»

Культурний контекст є критично важливим у формуванні та вираженні емоцій персонажів у фільмі «Eat, Pray, Love». Оскільки головна героїня, Ліз, подорожує з Нью-Йорка до Італії, Індії та Індонезії, кожне нове місцезнаходження вносить істотні корективи у способи її емоційних проявів, які можна прослідкувати через її мовні вираження.

Під час перебування в Італії Ліз висловлює свою радість та захоплення через кульмінаційний досвід занурення в місцеву культуру. Вона використовує фрази, як-от: «*I'm having a relationship with my pizza*» і «*I want to go someplace where I can marvel at something*» [54]. Ці висловлювання не тільки підкреслюють її емоційний зв'язок з їжею та новим досвідом, але й демонструють глибоке задоволення від самотності та особистісного розвитку.

Це наголошує на тому, як культурна насиченість італійського способу життя, що стимулює насолоджуватися кожною миттю, впливає на її мовленнєві моделі. Згадані фрази відображають прямий і експресивний характер італійської культури, де висловлення радості та вдоволення не обмежуються стриманістю.

У контрасті до Італії, перебування в Індії викликає у Ліз більш рефлексивний та медитативний дискурс. Вона каже: «*I'm sick of people telling me that I need a man*» і «*I want to forgive myself*» [54]. Ці фрази мають глибокий особистісний та духовний зміст, що характерно для індійської філософії самопізнання і самопрощення. Її слова відображають боротьбу із внутрішніми демонами та пошук духовного зцілення, що є центральними темами індійської культури.

Таким чином, аналізуючи мовні висловлювання Ліз у різних культурних контекстах, можна помітити, як культурні особливості кожного регіону впливають на її емоційний стан та способи його вираження. В Італії

емоції проявляються через експресію та задоволення моментом, у той час як в Індії вони відображають внутрішній конфлікт та потребу в духовному очищенні. Це підтверджує, що культурний контекст істотно моделює емоційні висловлювання, підкреслюючи його значення у психолінгвістичному аналізі кінематографічних творів.

Ситуативний контекст у фільмі «Eat, Pray, Love» також грає важливу роль у формуванні мовленнєвих відповідей головної героїні, Ліз. Її слова і фрази відображають не лише її внутрішні переживання, але й конкретні обставини, в яких вона перебуває. Це можна проілюструвати на прикладі двох ключових моментів у фільмі: її розлучення в Нью-Йорку та взаємодії з Феліпе в Індонезії.

На початку фільму, коли Ліз стикається з розлученням, її висловлювання відбивають глибоку особисту кризу. Фрази, як-от «*I don't know how to be anywhere else but here*» [54], не тільки підкреслюють її стан замішання та страху перед невідомим, але й показують її емоційну прив'язаність до звичного життя, яке вона знала до цього моменту. Це слово «*here*» символізує не просто фізичне місцеположення, а стан її поточного життя, яке вона не відчуває сили залишити.

Під час перебування в Індонезії і взаємодії з Феліпе, Ліз починає висловлювати свої емоції більш відкрито та оптимістично. Фраза «*I'm in love, but I'm not losing myself*» [54] відображає її новознайдену здатність до емоційної зрілості та самозбереження. Вона не просто говорить про нове почуття кохання, але й підкреслює свою здатність не втратити себе, що є відображенням її внутрішнього розвитку.

Ці два моменти ілюструють, як ситуативний контекст впливає на мовленнєві прояви Ліз. У Нью-Йорку її мова була сповнена невпевненості та страху перед майбутнім, тоді як в Індонезії вона стала свідченням її внутрішньої трансформації та зрілості. Цей аналіз підкреслює важливість ситуативного контексту для розуміння психолінгвістичних аспектів емоційного вираження у кінематографі.



Інтерперсональний контекст в «Eat, Pray, Love» також відіграє важливу роль у формуванні емоційного вираження головної героїні, Ліз. Взаємодія з різними персонажами впливає на її мовлення та емоційний стан, що дозволяє їй досліджувати та виражати різні аспекти своєї особистості.

У Індії Ліз зустрічає Річарда з Техасу, чия безпосередність і прямолінійність впливають на її сприйняття власного життєвого шляху. Річард часто використовує земні, прості фрази, які впливають на Ліз. Одна з таких фраз – «*You need to forgive yourself*» [54]. Ця фраза відіграє важливу роль у її процесі самоприйняття і відновлення. Відповідно, Ліз починає використовувати подібну мову, коли висловлюється про свої власні емоційні переживання, що свідчить про вплив міжособистісних стосунків на мовленнєві зміни.

Інша значуща інтерперсональна взаємодія відбувається у Індонезії з Феліпе, який сприяє відновленню її віри в любов. Фраза, яку Феліпе каже Ліз, «*Sometimes, to lose balance for love is part of living a balanced life*» [54], змінює її розуміння власних потреб і бажань. Це підкріплюється її словами «*I'm in love, but I'm not losing myself*» [54], які відображають її нову здатність інтегрувати кохання без самовідмови.

Аналізуючи мовлення Ліз у контексті її взаємодій з ключовими персонажами, можна виявити, як інтерперсональні стосунки формують та модулюють її емоційне вираження. Різні стилі спілкування цих персонажів сприяють її особистісному розвитку і змінам у її мовленнєвих патернах. Це підкреслює значення інтерперсональних взаємодій у психолінгвістичному аспекті вивчення мовлення у фільмах.

Далі розглянемо наявні у фільмі способи та прийоми передачі емоційно-експресивних аспектів. Насамперед, до них можна віднести емоційно-експресивні слова. Це лексика, пов'язана з емоціями, яка використовується для того, щоб найбільш точно передати свої почуття або описати свій чи чийсь ще стан. Давайте зосередимося на аналізі емоційно-

експресивних слів у фільмі «Eat, Pray, Love» та розглянемо, як саме вони передають емоційний стан персонажів.

1. Thrilling – Ліз використовує це слово, коли описує свої перші враження від Італії: «*This whole country is like a gigantic amusement park. It's thrilling!*» [54]. Слово «*thrilling*» передає її захват та емоційний підйом, що є результатом нового досвіду. Це слово вказує на інтенсивність її позитивних емоцій та гострі відчуття від захоплюючого досвіду.

2. Moving – Це слово вживається під час її перебування в Індії, коли вона зустрічає людей, які борються зі своїми особистими демонами. «*Hearing their stories is really moving*» [54]. Тут «*moving*» підкреслює емоційну реакцію Ліз на чужі історії, її співчуття та зворушення.

3. Stunning – Описуючи пейзажі Балі, Ліз каже: «*The view from my bedroom is stunning every morning*» [54]. «*Stunning*» відображає її захоплення красою природи, що сприяє її емоційній віднові та надає їй естетичне задоволення.

4. Disappointing – Коли Ліз роздумує про свої минулі стосунки та рішення, вона каже: «*It's disappointing to realize how much I compromised myself in those relationships*» [54]. Слово «*disappointing*» тут вказує на її розчарування та смуток через власні минулі вчинки, викликаючи відчуття смутку та невдоволення.

Для аналізу психолінгвістичних механізмів опису емоцій у фільмі «Eat, Pray, Love», дійсно важливо звернути увагу на емоційно-експресивні фрази, які персонажі використовують для вираження своїх почуттів і емоцій. Ці фрази можуть включати як розмовні запитання, так і вигуки, що додають драматизму та глибини переживань персонажів. Наприклад, «*Oh, God!*» – Ліз вживає цю фразу в моменти сильних особистих усвідомлень або коли вона стикається з внутрішніми конфліктами. Наприклад, ця фраза з'являється, коли вона зрозуміла, що її життя в Нью-Йорку не приносить їй задоволення та щастя, і що їй потрібні зміни. Фраза «*Oh, God!*» в цьому контексті відображає її зневіру та розпач.

Давайте продовжимо аналіз психолінгвістичних механізмів, використаних у фільмі «Eat, Pray, Love» для опису емоцій. Окрім емоційно-експресивних слів, значну роль відіграють і метафори та порівняння, що дозволяють авторам твору не тільки описати емоційний стан персонажів, а й створити відчуття глибини та багатовимірності їхніх переживань.

Наприклад, у фільмі головна героїня Ліз використовує фразу: «*I want to go someplace where I can marvel at something*» [54]. Це не лише виражає її бажання побачити щось нове та захоплююче, а й метафорично передає її бажання відновити здатність дивуватися, відчувати глибокі емоції, які вона здається втратила. Це висловлювання підкреслює її внутрішній стан та емоційні потреби на той момент.

Інший приклад включає слово «*exhausted*», яке Ліз використовує для опису свого внутрішнього стану: «*I used to have this appetite for my life, and now it is gone. I want to go someplace where I can marvel at something. I am so exhausted*» [54]. Слово «*exhausted*» тут не лише позначає фізичну втому, але й глибоку емоційну виснаженість, що є результатом її невдалого шлюбу та нестабільного особистісного життя.

Використання слова «*disappointing*» також важливе для розуміння емоційного стану персонажів. Коли Ліз говорить: «*The only thing more impossible than staying was leaving. I didn't want to hurt anybody. I wanted to slip quietly out the back door and not stop running until I reached Greenland. But this is disappointing*» [54], вона виражає свою розчарованість як у своєму рішенні, так і в ситуації загалом, відображаючи внутрішній конфлікт між її бажанням змін і страхом перед ними.

Вигуки є важливими лексичними елементами, які відіграють ключову роль у вираженні емоційних станів персонажів. У «Eat, Pray, Love» вигуки часто використовуються для інтенсифікації емоційного зв'язку з глядачем. Наприклад, прикладом є вигук Ліз «*Wow*», коли вона вперше бачить прекрасні пейзажі Балі. Цей вигук передає її захоплення та дивування, підкреслюючи її емоційний відгук на нове оточення.

Займенники в «Eat, Pray, Love» часто використовуються для підсилення емоційної експресії персонажів. Ліз часто використовує персональні займенники у своїх роздумах та діалогах, що дозволяє підкреслити її особисті досвіди та емоційні переживання. Наприклад, у її бесіді з другом в Італії вона каже: «*I just want to marvel at something*» [54]. («Я просто хочу дивуватися чомусь»). Використання займенника «*I*» підкреслює її особистий пошук смислу і задоволення в житті.

У сцені з її наставником на Балі, коли він говорить про долю і особистий вибір, Ліз використовує займенники, відображаючи її внутрішній діалог: «*You see, I've been trying to control everything, but I just need to let go*» [54]. («Бачиш, я намагалася контролювати все, але мені просто потрібно відпустити.»). Займенник «*I*» знову ж таки підкреслює її особисте звернення і емоційну відданість.

У фільмі «Eat, Pray, Love» Ліз використовує емфатичне *do* для підсилення своїх емоційних висловів, коли вона намагається виразити глибину своїх почуттів або важливість своїх рішень. Це можна помітити у декількох ключових моментах її подорожей та самоаналізу.

У сцені, коли Ліз відчуває розчарування через своє життя в Нью-Йорку, вона каже: «*I do need to change*» [54]. Тут *do* не просто додає силу її ствердженню, але й виражає її глибоку емоційну потребу у змінах, підкреслюючи її рішучість і зобов'язання перед самою собою.

Коли Ліз обговорює зі своєю подругою можливість вирушити у подорож, вона використовує фразу: «*I do love traveling*» [54]. Вживання *do* тут служить для вираження не лише її захоплення подорожами, а й глибокої пасії, яка лежить в основі її рішення змінити життя.

Використання емфатичного *do* у фільмі «Eat, Pray, Love» ефективно передає зміну ставлення Ліз до свого життя та її прагнення до глибоких особистісних змін. Це допоміжне дієслово не просто підсилює висловлювання, але й допомагає глядачам відчути інтенсивність її емоційних

станів. Підкреслення важливості її висловлювань за допомогою емфатичного *do* робить емоції персонажа більш виразними та реалістичними.

Ці приклади підтверджують, що лексичні та граматичні інтенсифікатори, як емфатичне *do*, відіграють ключову роль у створенні емоційної насиченості тексту, що є центральним у психолінгвістичному аналізі кінематографічних творів.

Фільм «Eat, Pray, Love» є чудовим прикладом того, як фразеологічні звороти, ідіоми та метафори можуть використовуватися для передачі емоційних станів персонажів. Ці вербальні засоби не тільки збагачують мовлення, але й дозволяють глядачам глибше зрозуміти внутрішній світ героїв.

У сцені, де Ліз говорить про свої відносини, вона використовує ідіоматичний вираз: «*I need to get off this merry-go-round*» [54]. Тут ідіома «*merry-go-round*» (карусель) метафорично описує її почуття заплутаності та безкінечного повторення в особистому житті, підкреслюючи її потребу в змінах та бажання зупинити циклічність своїх відносин.

Фразеологічні звороти, ідіоми та метафори у фільмі «Eat, Pray, Love» відіграють ключову роль у формуванні емоційного забарвлення мовлення та допомагають глядачам краще зрозуміти внутрішні конфлікти та почуття персонажів. Через ці лінгвістичні засоби ми можемо глибше проникнути у внутрішній світ Ліз та її досвід переосмислення життя, що робить її історію реалістичнішою і емоційно насиченою.

У фільмі «Eat, Pray, Love» також використовується повтор, що допомагає глибше розкрити внутрішні переживання головної героїні, Ліз. У сцені, де Ліз медитує в Індії, вона повторює: «*Let it go, let it go*» [54]. Повтор цих слів не лише допомагає героїні сконцентруватись на медитації, але й передає глядачу глибину її емоційного визволення та бажання позбутися внутрішніх конфліктів. Використання повтору в цьому контексті підсилює емоційну насиченість моменту, роблячи його більш значущим і запам'ятовуваним.

Окремо слід виділити роль окличних речень і імперативів у структурі кінотексту.

Окличні речення часто використовуються у фільмі для передачі сильних емоцій. Наприклад, коли Ліз вперше приїжджає в Італію, вона вигукує: «*What a beautiful place!*» [54]. Цей вигук не тільки виражає її захоплення і радість від перебування в новій країні, але й дозволяє глядачу відчувати глибину її емоційного відгуку на оточуючу красу.

Імперативні висловлювання в «Eat, Pray, Love» також мають важливе значення. Наприклад, у сцені в Індії духовний наставник Ліз каже: «*Forgive yourself!*» [54]. Ця наказова форма не тільки вказує на необхідність внутрішнього очищення, але й виражає емоційну напругу моменту, підкреслюючи силу і вплив цих слів на героїню.

Використання окличних речень і імперативів у «Eat, Pray, Love» є яскравими прикладами того, як мовні засоби можуть бути використані для глибокого вираження емоцій. Ці механізми допомагають не тільки в передачі емоційних станів персонажів, але й у залученні глядача до переживання цих емоцій разом з персонажами, збагачуючи враження від перегляду фільму.

У фільмі часто використовуються лексичні інтенсифікатори для посилення вражень від переживань персонажів. Наприклад, Ліз використовує вислів «*I'm absolutely amazed*» [54], коли описує свої відчуття від візиту до Італії. Слово «*absolutely*» тут посилює її здивування і захоплення, дозволяючи глядачу глибше співпереживати її емоціям.

Інтенсифікатори на морфологічному рівні також мають значення. Префікси, як-от «*super-*» і «*over-*», використовуються для створення ефекту перебільшення або надмірності. Наприклад, Ліз говорить про «*overwhelming emotions*» («переповнюючі емоції»), коли ділиться своїми думками про духовні пошуки в Індії. Вживання «*overwhelming*» підсилює інтенсивність її досвіду.

Використання інтенсифікаторів у «Eat, Pray, Love» є ефективним засобом підсилення емоційного сприйняття фільму. Через лексичні,

морфологічні та синтаксичні інтенсифікатори глядачі можуть не тільки бачити, але й глибше відчувати переживання персонажів, що сприяє більшій емпатії та залученості в досвід героїв.

Таким чином, фільм «Eat, Pray, Love» ефективно використовує психолінгвістичні механізми для створення потужного емоційного резонансу. Лінгвістичні засоби, як-от інтенсифікатори, зміна порядку слів і емоційна варіативність, не тільки допомагають розкрити характер персонажа, але й залучають глядача в її внутрішній світ. Цей глибокий лінгвістичний підхід не лише збагачує наратив, але й робить емоційні переживання Ліз відчутними та істинними.

### **Висновки до розділу 3**

Фільм «Eat, Pray, Love», який є екранізацією однойменної книги Елізабет Гілберт, відомий своїм глибоким емоційним змістом та зображенням складних внутрішніх переживань головної героїні. Лексичні засоби, які використовуються у фільмі для передачі емоцій, є ключовими для розуміння перетворень, які відбуваються з Ліз протягом її подорожей.

Лінгвістичний аналіз мови фільму дозволяє виділити як прямі, так і непрямі засоби вираження емоцій. Прямі засоби включають вирази, які безпосередньо називають або описують емоційний стан, наприклад, через дієслова (говорити про почуття), ад'єктиви (описувати стан), субстантиви (називати емоцію) та адвербіали (вказувати на емоційний тон). За результатами аналізу, прямі мовні засоби становлять 51,3% усіх емотивно забарвлених висловлювань у фільмі, що свідчить про виражену прямолінійність у поданні емоційних станів. Непрямі засоби формують майже половину емоційного контенту фільму (48,7%).

Дієслівні мовні засоби, які складають 32,2% від емотивних висловлювань, часто використовуються для динамічного опису дій чи

внутрішніх переживань героїв. Наприклад, слова такі як «шукати», «зцілити», «відкрити» відображають активний процес самопізнання та змін.

Адвербіальні засоби (31,3%) та ад'єктивні засоби (27,8%) також відіграють значну роль у фільмі, допомагаючи створити настрій та підкреслити інтенсивність переживань головної героїні. Вони використовуються для опису її відчуттів, як у сцені в Італії, де Ліз описує своє «палке» бажання насолоджуватись життям і «спокійне» прийняття себе.

Субстантивні мовні засоби, хоч і найменш поширені (8,7%), але мають важливе значення, коли йдеться про називання конкретних емоцій, таких як «радість», «страх», «надія». Ці слова часто служать важливими віхами в емоційному розвитку персонажів.

Одним з ключових психолінгвістичних механізмів, який використовується у фільмі для підсилення емоційного забарвлення мовлення, є вживання інтенсифікаторів. Фільм також ілюструє, як мовні структури можуть відображати внутрішні конфлікти і переосмислення життєвих цінностей героїні. Складні синтаксичні конструкції, такі як інверсія та еліпсис, використовуються для передачі її внутрішньої боротьби та еволюції. Зміщення звичного порядку слів може вказувати на зміщення в її сприйнятті світу, що, у свою чергу, посилює емоційний вплив на глядача.

Подорожуючи з країни в країну, Ліз зіштовхується з різними культурними підходами до вираження емоцій, що також підкреслюється мовними засобами. Італійська пристрасть до життя відображається через експресивну і жестову мову, в той час як у Індії більше уваги приділяється внутрішній гармонії, що відображається в спокійних, медитативних розмовах. В Індонезії, насамкінець, лінгвістичний фокус переміщується на мудрість та духовні інсайти, що передаються через притчі та алегорії.



## ВИСНОВКИ

У магістерській роботі розглянуто теоретичні засади дослідження психолінгвістичних механізмів емоцій; окреслено лінгвістичні та екстралінгвістичні засоби вираження емоцій в англомовних фільмах; проаналізовано лексичне вираження емотивності у фільмі «Eat, Pray, Love»; здійснено аналіз психолінгвістичних механізмів опису емоцій у фільмі «Eat, Pray, Love».

Результати проведеного дослідження засвідчили досягнення мети, розв'язання завдань та слугували підставою для таких висновків:

1) Емоції є складними психічними станами, які суттєво впливають на наше сприйняття світу та взаємодію з ним. Вираження емоцій через мову є ключовим інструментом спілкування і відображення внутрішнього стану.

Одна з основних проблем відображення емоцій у мові полягає у полісемії та синонімії слів. Слова, що позначають емоції, часто мають декілька значень або синоніми, що може призвести до непорозуміння і спотворення переданих емоцій. Крім того, культурно-національні відмінності у сприйнятті емоцій створюють додаткові бар'єри. Існує також різниця між мовами опису та вираження емоцій. Деякі мови мають більш розвинуту систему для опису емоцій, тоді як інші більше орієнтовані на безпосереднє вираження емоційного стану.

Метафори та метонімії відіграють важливу роль у вербалізації емоцій. Концептуальна метафора допомагає зрозуміти дійсність і дозволяє пояснити складні абстрактні явища. Метонімії також відіграють важливу роль у вербалізації емоцій. Фізичні прояви емоцій, такі як напружена постава або агресивна жестикуляція, можуть використовуватися для ідентифікації та вираження емоційних станів.

Кінофільми є одним з головних об'єктів дослідження сучасних лінгвістів, які все більше звертають увагу на особливості використання мовного коду в кінематографі. Такий інтерес не випадковий, оскільки процес

і результат застосування мовного коду у фільмах значно відрізняються від природної мови. Ці відмінності зумовлені, насамперед, особливостями процесу створення фільму та його інформаційним наповненням.

2) Емотивність пов'язана з вираженням емоцій мовцем. Вона включає в себе використання лексичних і граматичних засобів, які дозволяють передати внутрішній емоційний стан людини. Емотивність є суб'єктивною, оскільки вона відображає особисті почуття та емоції мовця. Експресивність, у свою чергу, відображає спосіб, яким мовець передає інформацію з метою впливу на реципієнта. Це не лише вираження емоцій, а й акцентування певних аспектів повідомлення для досягнення бажаного ефекту. Експресивність є більш універсальною, оскільки вона може використовуватися в різних стилях мовлення – від наукового до художнього.

У англомовних фільмах лінгвістичні засоби відіграють ключову роль у передачі емоцій. Мова персонажів наповнена різноманітними емоційно забарвленими лексичними одиницями, що дозволяє глядачам відчувати та зрозуміти внутрішні переживання героїв. Наприклад, використання епітетів, метафор, гіпербол, емоційно насичених прикметників і дієслів допомагає створити глибокий емоційний контекст. Фрази на кшталт «I'm devastated» або «She's over the moon» чітко передають сильні емоції персонажів, роблячи їх більш зрозумілими та близькими глядачеві.

Екстралінгвістичні засоби, такі як інтонація, тембр голосу, паузи, жести та міміка, також мають велике значення у вираженні емоцій. Інтонація та тембр голосу можуть змінюватися залежно від емоційного стану персонажа, підсилюючи або пом'якшуючи висловлювання. Наприклад, підвищений голос може вказувати на злість або збудження, тоді як м'який, лагідний тембр може передавати спокій або ніжність.

Особливу роль у кінематографі відіграють культурні контексти, які допомагають глибше зрозуміти емоції персонажів. Представники різних культур мають різний ступінь емоційності та темпераментності, що відображається у їхньому мовленні. Наприклад, англомовні народи зазвичай

проявляють стриманість у вираженні емоцій порівняно з іспаномовними, які мають більш високий ступінь емоційності та темпераментності. Це знаходить відображення у використанні емоційно забарвлених слів, інтонацій та жестів.

3) Фільм «Eat, Pray, Love», що базується на однойменному бестселері Елізабет Гілберт, занурює глядача в подорож головної героїні Ліз у пошуках самопізнання та душевної рівноваги. Ця кіноподорож від Італії до Індії і Балі виразно демонструє, як психолінгвістичні механізми можуть використовуватися для передачі глибоких емоційних станів персонажа. Аналізуючи мовні техніки, що використовуються в фільмі, можна краще зрозуміти емоційну динаміку та еволюцію персонажа.

Спостерігаючи за мовним наповненням, можна побачити, що прямі та непрямі мовні засоби зустрічаються майже однаково часто, що свідчить про багатогранність і комплексність вираження емоцій у фільмі. Прямі мовні засоби, що включають дієслівні, адвербіальні, ад'єктивні та субстантивні одиниці, формують невелику більшість (51,3%) у порівнянні з непрямими (48,7%), це вказує на значну прямість і виразність у демонстрації емоційних процесів.

Розглядаючи дієслівні мовні засоби, які складають 32,2% всіх прямих засобів, можна відзначити, що вони часто слугують для опису дій, що виражають емоційні стани, наприклад, коли Ліз виявляє своє рішення знайти себе через подорож. Адвербіальні засоби, займаючи 31,3%, часто доповнюють дієслова або ад'єктиви, підкреслюючи інтенсивність або манеру дій чи відчуттів.

Ад'єктиви, що формують 27,8%, відіграють важливу роль у характеристиці внутрішніх станів Ліз, описуючи її переживання від зневіри до еуфорії, як вона мандрує від Італії до Індії, а потім до Балі. Наприклад, ад'єктив «радісна» описує її почуття під час дослідження нових місць.

Найменш часто, але дуже значуще, зустрічаються субстантивні мовні засоби, які становлять лише 8,7% і часто включають іменники, що вказують

на конкретні емоції, такі як «радість», «страх», «спокій». Ці слова часто виступають у ключових моментах самоаналізу і самоприйняття Ліз.

4) У фільмі часто використовуються лексичні інтенсифікатори, які допомагають посилити емоційний вплив словесних виразів. Наприклад, у розмовах з іншими персонажами Ліз часто вживає слова з префіксами «super-», «over-», «incredibly» щоб підсилити свої відчуття. Таке використання мови відображає її внутрішній стан та допомагає глядачу емпатійно зв'язатися з її переживаннями.

Синтаксичні конструкції у фільмі також сприяють передачі емоцій. Через зміну звичайного порядку слів у реченні, наприклад, акцентується важливість певних аспектів її досвіду. Застосування інверсії, як у вислові «*Absolutely no desire to go back I have*», робить емфазу на її рішучість відмовитися від минулого.

Іншим ключовим аспектом є варіативність мовного вираження емоцій, що відображає внутрішній світ Ліз. Вона використовує різні рівні інтенсивності мови для опису своїх вражень від місць, які відвідує, та людей, з якими зустрічається. Це відтворення емоційної глибини через мову робить її переживання більш реальними та зрозумілими для глядача

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійченко Ю. В. Специфічні риси емотивного фону в художніх текстах. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. Вип. 16., 2009. С. 11–15.
2. Башкірова Н. П. Проблеми відображення емоцій у мові. *Записки з загальної лінгвістики* : зб. наук. пр. 2005. Вип. 6. С. 13–19
3. Беляєва Т. М., Хомяков В. А. Нестандартна лексика англійської мови. Луцьк, 1985. 234 с.
4. Бикова К. В. Класифікація емоцій та засобів їх вираження // *Перекладацькі інновації: матеріали IV Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Київ. Суми, 13–14 березня 2014 р.* / редкол.: С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. Суми : Сумський державний університет, 2014. С. 9–11.
5. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографічний і функціональний аспекти : монографія. Ніжин : ТОВ «Видавництво АспектПоліграф», 2005. 552 с.
6. Бондаренко К. Л. Лінгвокультурні особливості українського та англійського сленгу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство». Донецьк, 2007. 19 с.
7. Бондарчук Т. І. Лексичні засоби вираження емотивного значення в сучасній німецькій мові. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія «Філологічні науки. Мовознавство»*. Вип. 5 (330), 2016. С. 285–289.
8. Борисова О. В. Відтворення комічного в англо-українському перекладі як перекладознавча проблема (на матеріалі американських анімаційних фільмів). URL: [http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/1\\_2020/part\\_3/15.pdf](http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/1_2020/part_3/15.pdf) (дата звернення: 09.05.2024).

9. Веракіс А. І. Основи психології: навч. посібник для студентів вищих навч. закладів. Хпрків; Київ, 2005. 416 с.
10. Воробйова В. Є. Вираження емоцій у счасній англійській мові: вербальна та невербальна комунікація. *Актуальні питання та проблеми розвитку сучасної мови та літератури*. Одеса: Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2020. С. 107-109
11. Гончарук М. М. До проблеми поняття «емоція» у лінгвістиці. С. 30–39. URL: <https://cutt.ly/aWukOzU> (дата звернення: 09.05.2024).
12. Григоренко Н. Проблеми визначення мовних одиниць на позначення емоцій (на матеріалі української та англійської мов). *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Філологічні науки*. 2010. №89 (3). С. 123–127.
13. Гудманян А. Г. До проблем кіноперекладу, як виду художнього перекладу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологія». Вип. 25., 2012. С. 28–30.
14. Гудманян А. Г., Плетенецька Ю. М. До проблем кіноперекладу, як виду художнього перекладу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Філологічна. 2012. № 25. С. 28–30.
15. Єрмоленко С. Я. Синтаксис і стилістична семантика. Київ : Вид-во «Наукова думка», 1982. 209 с.
16. Етнопсихологія / Ольховецький С. М. Ольховецький В. С. Умань: Видавничо-поліграфічний центр "Візаві", 2019. 155 с.
17. Ісхакова З.З. Морфологічні засоби вираження емоційності в чоловічих та жіночих текстах (на матеріалі англійської мови). *Вісник Бакирського університету*. 2009. Т. 14. № 3. С. 788–791
18. Кириленко Т.С. Психологія: емоційна сфера особистості : навч. посіб. Київ : Вид-во «Либідь», 2007. 256 с.
19. Красовська І. В. Роль емоцій в усному мовленні (лінгвокогнітивний аспект). *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Сер.: Філологічна*. 2010. №. 16. С. 144–147.

20. Кузенко Г. М. Мовні засоби вираження емотивності. *Наукові записки НаУКМА. Серія «Філологічні науки»*. 2000. С. 76–83.
21. Кухта О., Цьох Л. Аналіз перекладу мовних засобів вербалізації емоцій в англо-українському перекладі роману Дж. Фаулза «Колекціонер». *Молодий вчений*. 2021. Вип. 11 (99). Р. 223-227.
22. Мандер С. М. Емоції та їх вербальна репрезентація в українській та американській лінгвокультурах. *Мовні і концептуальні картинисвіту*. 2014. № 50 (2). С. 42–48.
23. Марінашвілі М.Д., Весна Т.В., Склярєва Л.П. Мовні засоби вираження емотивності в художньому діалозі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*. 2022. Вип. 56. С. 90–94.
24. Мац І. І. Різновиди емоцій та способи їх вербалізації (на матеріалі англійської мови). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2003. № 11. С. 181–183.
25. Мілова М. М. «Експресивність» та «емотивність» у мові та мовленні. Рівні передачі емоцій у художньому англійськомому тексті. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2014. Вип. 9. С. 104–107.
26. Літвінчук І. М. Прагматика емотивного тексту (психосоматичне експериментальне дослідження) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ : 2000. 17 с.
27. Непийвода Н. Ф. Мова української науково-технічної літератури (функціонально-стилістичний аспект). Київ : ТОВ «МФА», 1997. 303 с.
28. Ніколаєнко Л. До питання про основні напрями вивчення емоцій у польському, російському та українському мовознавстві. *Acta Polono-Ruthenica*. 2018. Вип. 3. С. 99-107.
29. Петренко Є. М. До проблеми вербалізації емоцій. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2018. № 37. Т. 4. С. 81–84

30. Пікалова А.О., Сосюк І.Г. Вираження емотивності на синтаксичному рівні (на матеріалі дитячої поезії Р. Стівенсона) URL: [http://www.rusnauka.com/13\\_EISN\\_2\\_014/Philologia/2\\_168438.doc.htm](http://www.rusnauka.com/13_EISN_2_014/Philologia/2_168438.doc.htm) (дата звернення: 09.05.2024).

31. Почепецька Т. Лексичні засоби вираження ввічливості в англійській мові. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2017. Вип. 15. С. 123-128.

32. Прадід Ю. Ф. Фразеологічна ідеографія (проблематика досліджень). Київ; Сімферополь; 1997. 252 с.

33. Рибаківа К. А. Емотивно-експресивна лексика у складі образу Вікторіанської Англії. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. Т. 2, Вип. 42., 2019. С. 92–97.

34. Рижевська О. Категорія емоційності та емотивності у художньому тексті. *Текст і дискурс: Конгнітивно комунікативні перспективи*. 2017. URL: <http://englishcontext.knu.edu.ua/2017/04/18/категорія-емоційності-таемотивності> (дата звернення: 09.05.2024).

35. Розуміння емоцій іншої людини (Е. П. Ільїн) URL: [http://psychologis.com.ua/-1-155.htm#google\\_vignette](http://psychologis.com.ua/-1-155.htm#google_vignette) (дата звернення: 09.05.2024).

36. Романова Н. В. Проблема емоційної і емотивної лексики. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство*, 2011. № 3 : Ч. 2. С. 174-179.

37. Свідер І. А. Основні особливості емотивного тексту. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2013. Вип. 33. С. 275–278.

38. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Вид-во «Довкілля», 2010. 844 с.



39. Стадній А. С. Психолінгвістичний аспект емоційно-оцінної лексики. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство*. 2010. Т. 18, вип. 16. С. 321–325.
40. 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.
41. Федорко Я. А. Варіативність відображення англомовних емоційних одиниць у перекладі художнього твору (українською, російською, китайською мовами). *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки*. 2018. № 27. С. 233-243.
42. Фельцан І. М. Емотивна лексика як спосіб відображення національної свідомості (на основі порівняння лексем англійської та української мов). *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2010. №. 8. С. 591–598.
43. Фільм // Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. 5-те вид. К.; Ірпінь: Перун, 2005. 765 с.
44. Цинтар Н. В. Вербалізація емоційних процесів в англійських прозових творах ХХІ століття. *Закарпатські філологічні студії*. 2018. Вип. 4. Т. 2. С. 17–21.
45. Цинтар Н. В. Аналіз культурної специфіки емотивності в міждисциплінарній парадигмі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2018. № 34. Т. 2. С. 55–58.
46. Чабаненко В. А. Стилістика експресивних засобів української мови : монографія. Запоріжжя : ЗДУ, 2002. 351 с.
47. Чабаненко В. А. Основи мовної експресії. Київ : Вид-во «Вища школа», 1984. 176 с.

48. Чайковська Є. Ю. Поняття «емотивність» та «експресивність» у мові науки. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. Київ, 2010. С. 279–287.
49. Чернова А. А. Лексичні засоби вираження емоційних концептів у сучасному іспанському художньому дискурсі. *Проблема семантики слова, речення та тексту*. 2014. Вип. 33. С. 241–251.
50. Шах К, Коваль Л. Проблема вербалізації емоцій у науковому дискурсі. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка: Видавничий дім «Гельветика»*, 2021. Вип. 21. Том 3. С. 140–145
51. Шевченко Л. І. Взаємозв'язок мовних засобів експресії та стандарту. *Мовознавство*. Вип. 6., 1979. С. 80–84.
52. Шидловська В. О. Поняття емоції, емоційності та емотивності у сучасній лінгвістиці. *VI Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих науковців за міжнародної участі, "Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації"*. 2014 URL : <http://eprints.zu.edu.ua/16477/> (дата звернення: 23.04.2024).
53. Яцимірська М. Г., Драган М. Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій). Львів: Вісник Львів. 2007. Вип. 30, С. 267-276.
54. «Eat, Pray, Love» Movie Script. URL : <https://dokumen.tips/documents/script-eat-pray-love.html?page=1> (date of assess: 23.04.2024).
55. Arnold M. B. *Emotion and Personality. V.1 Psychology Aspects. V.2 Neurological and physiological aspects*. N. Y.: Colombia University Press, 1960. 221 p.
56. Bateman J.A., Schmidt K.-H. *Multimodal Film Analysis. How Films Mean*. London ; New York : Routledge, 2012. 330 p.

57. Berridge K. C. Robert Zajonc: The Complete Psychologist. *Emotion Review*. 2010. Vol. 2 (4). P. 348–352.
58. Bubel C. The linguistic construction of character relations in TV drama: Doing friendship in *Sex and the City*. Saarbrücken : Universitaet des Saarlandes, 2006. 294 p.
59. Chatman S. Review of Narration in the Fiction Film. *Wide Angle*. 1986. Vol. 8 (3–4). P. 139–141.
60. Emotional experiences of films: Are they universal or culturally mediated? URL : <https://www.participations.org/16-02-02-canas-bajo.pdf> (date of assess: 13.05.2024).
61. Feng W., Kay O. The Multimodal Representation of Emotion in Film: Integrating Cognitive and Semiotic Approaches. *Semiotica*. 2013. Vol. 197. DOI: 10.1515/sem-2013-0082.
62. Gendron M., Roberson D., Perceptions of emotion from facial expressions are not culturally universal: evidence from a remote culture. *Emotion*. 2014. P. 251-342.
63. Izard C. E. Patterns of emotions: A new analysis of anxiety and depression. New York: Academic Press, 1972. 102 p.
64. McNair D. M. Manual for the Profile of Mood States. CA: EducationalandIndustrial Testing Services, 1971. 27 p.
65. Metz Ch. *Film Language: A Semiotics of the Cinema*. Chicago : Chicago Press, 2011. 267 p.
66. Oatley K. *Best Laid Schemes: The psychology of emotions*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. 544 p.
67. Plutchik R. Psychology of individual differences with special referencetoemotions. *Annual. N. Y. Science*. 1966. Vol. 134. No. 2. P. 776–781.
68. Plutchik R. *The Psychology and Biology of Emotion*. H-C., 1994. 396 p.
69. Reevy G. M., Malamud Ozer, Y., Ito Y. *Encyclopedia of Emotion*, Two volumes. Westport, CT: ABCCLIO/Greenwood Press, 2011. 677 p.

70. Schachter S. Emotion, Obesity and Crime. New York, NY: Academic Press, 1971. 195 p
71. Ungerer F. The Linguistic and Cognitive Relevance of Basic Emotions. Current Approaches to the Lexicon. Frankfurt am Main, etc. : Peter Lang, 1995. P. 85–209.
72. Vassiliou A. Analysing Film Content: A Text-Based Approach. Surrey : University of Surrey, 2006. 195 p.
73. Watson D. Development and validation of brief measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scales. Journal of Personality and Social Psychology. 1988. No. 54. P. 1063-1070.
74. Zuckerman M. Normative data for the Multiple Affect Adjective Check List. Psychological Reports. 1965. No. 16 (2) P. 438.