

**КОЛЕСНИК Тетяна,**

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність А4.028 Польська мова та зарубіжна література,  
Тернопільський національний педагогічний університет

імені Володимира Гнатюка

**Науковий керівник –**

кандидат філологічних наук, доцент кафедри  
української мови і славістики

Тернопільського національного педагогічного університету

імені Володимира Гнатюка

**Галина ВИШНЕВСЬКА**

**ЕМОЦІЙНА ЛЕКСИКА В ПОЛЬСЬКИХ НОВИНАХ**

Сучасний новинний простір дедалі більше орієнтується не лише на передачу інформації, але й активно впливає на емоції аудиторії, що й визначає актуальність запропонованої розвідки. Новини історично декларуються як жанр, що має базуватися на принципах об'єктивності, нейтральності, точності та балансу. Проте в реальному медіадискурсі абсолютна нейтральність майже недосяжна, адже навіть добір слів уже впливає на інтерпретацію події. Метою цієї роботи є визначення особливостей використання емоційної лексики в польських новинах та аналізі її впливу на аудиторію.

Дослідники оцінної лексики: Н. Бойко, В. Іващенко, В. Кононенко, Ю. Приходько [3] та ін. «Оцінка є складовим компонентом значення (узуальним чи okazіональним), що, активізуючись у мовленні, відбиває ставлення суб'єкта до певного об'єкта, його діяльності, поведінки тощо» [1, с. 59]. А. Стадній пропонує визначення емоційно-оцінної (конотативної) лексики: «Лінгвістичний феномен, особливий компонент, за допомогою якого виражається психічний стан мовця, його ставлення до предмета, об'єкта, адресата мовлення, тобто все те, що складає мету емотивної функції слова» [2, с. 321].

У польських новинах її використання добре помітне через вибір між нейтральними і більш експресивними лексемами. Наприклад, замість нейтрального «problem» часто використовується «kryzys» («Kryzys demograficzny już nastąpił. Pytanie, jak z nim żyć») [7], замість «sytuacja» – «dramat», а «spór» нерідко трансформується в «konflikt» або навіть «wojna» («Wojna cenowa złagodzi skutki podwyżki VAT na żywność» [8]). Такі мовні

заміни не змінюють фактичного змісту повідомлення, але значно підсилюють його емоційне сприйняття.

Особливо поширеною є лексика з негативною конотацією (пейоративи). Слова на кшталт «katastrofa», «chaos», «paraliż», «zagrozenie», які створюють відчуття напруження та небезпеки («Chaos z systemem kaucyjnym. Polacy wystawiają "rachunek"») [5]. Це зумовлено психологічним фактором: негативні емоції сильніше привертають увагу аудиторії та стимулюють швидшу реакцію. Позитивна лексика (меліоративи) така, як «sukces», «przełom», «rekord», «zwycięstwo») також використовується, однак рідше і переважно в контекстах, що підкреслюють досягнення певних політичних чи суспільних груп, що створює ефект контрасту.

У новинних матеріалах також простежується активне використання лексики конфлікту, що часто базується на воєнній метафоріці. У текстах зустрічаються слова «atak», «starcie», «ofensywa», «uderzenie», які створюють враження боротьби навіть у випадках звичайних політичних дискусій. Подібний ефект посилюється завдяки експресивним дієсловом, таким як «szokuje», «miażdży», «grzmi», що надають повідомленню динамічності та емоційної напруги, перетворюючи опис події на драматичний сценарій («Grudzień szokuje. Meteorolodzy: uderzenie wiosny, a tuż przed świętami wielka zmiana») [6].

Заголовок у польському сегменті новин виконує апелятивну функцію. Тут спостерігається явище «емоційного гачка» або «клікбейту», де емоційна лексика досягає свого піку. Саме в заголовках найчастіше використовуються слова-маркери «skandal», «hańba» чи «kompromitacja», які наперед диктують читачеві оцінку факту («Burzliwa dyskusja w Sejmie. "Cynizm, obłuda, hańba"») [4].

Тісно пов'язаною з цим є тенденція до таблоїдизації та колоквиалізації – проникнення розмовної лексики в офіційний новинний дискурс. Використання слів «afera», «wradka», «kasa», «fucha» свідчить про наближення мови медіа до повсякденного мовлення реципієнта. Створює ілюзію «близькості до народу» та довіри, проте водночас розмиває межі між серйозною журналістикою та розважальним контентом. Такий підхід спрощує сприйняття складних політичних процесів, зводячи їх до рівня побутового конфлікту.

Отже, у новинах Польщі чітко простежується використання різних типів емоційної лексики, які по-різному впливають на сприйняття інформації. Одні тексти можуть містити більше позитивно забарвлених слів, інші – негативних, що формує різний емоційний фон повідомлень.

Констатуємо, що емоційна лексика виконує не лише інформативну, але й впливову функцію, оскільки сприяє формуванню певного ставлення до подій. Це свідчить про те, що новини не є повністю нейтральними, а містять елементи мовного впливу на аудиторію.

### Список використаної літератури

1. Вишневська Г. Оцінність у художньому тексті (на матеріалі книжки Марії Матіос «Нація»). *Рідний край*. 2009. № 1. С. 59–62.
2. Стадній А. С. Психолінгвістичний аспект емоційно-оцінної лексики. *Вісник Дніпропетровського ун-ту. Сер. «Мовознавство»*. Д. : Вид-во Дніпропетровського нац. ун-ту. 2010. Вип. 16, № 11, т. 18. С. 321–325.
3. Приходько Ю. В. Оцінна лексика української мови : теоретичні засади дослідження. Філологія XXI століття [Електронне видання]. *Збірник наукових праць студентства й наукової молоді за матеріалами XI Всеукр. наук.-практ. конф. студентства й наук. молоді*. Харків, 2021. С. 119–124.
4. Burzliwa dyskusja w Sejmie. Onet Wiadomości. URL : <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/burzliwa-diskusja-w-sejmie-poszlo-o-status-osoby-najblizszej-cynizm-obluda-hanba/qg8n9db> (data złożenia wniosku: 6.05.2026).
5. Chaos z systemem kaucyjnym. Polacy wystawiają «rachunek». Wiadomości. URL : <https://wiadomosci.wp.pl/chaos-z-systemem-kaucyjnym-polacy-wystawiaja-rachunek-7278683112458240a> (data złożenia wniosku: 9.05.2026).
6. Grudzień szokuje. Polskie Radio. URL : <https://polskieradio24.pl/artukul/3617146,grudzien-szokuje-meteorolodzy-uderzenie-wiosny-a-tuz-przed-swietami-wielka-zmiana> (data złożenia wniosku: 1.05.2026).
7. Kryzys demograficzny już nastąpił. Pytanie, jak z nim żyć. Rzeczpospolita. URL : <https://www.rp.pl/europejski-kongres-gospodarczy/art44263021-kryzys-demograficzny-juz-nastapil-pytanie-jak-z-nim-zyc> (data złożenia wniosku: 3.05.2026).
8. Wojna cenowa złagodzi skutki podwyżki VAT na żywność. Kolejna sieć zdecydowała, że utrzyma ceny. Business Insider. URL : <https://businessinsider.com.pl/gospodarka/wojna-cenowa-zlagodzi-skutki-podwyzki-vat-na-zywnosc-kolejna-siec-utrzyma-ceny/5cqtz7v> (data złożenia wniosku: 7.05.2026).