

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПСИХОЛІНГВІСТИКИ
[CURRENT ISSUES IN PSYCHOLINGUISTICS]

УДК 811.134.2'373+159.942+613:[316.774:070:004]

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 16.07.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 20.07.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 96 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.48.07>

ЕМОЦІЙНА ЛЕКСИКА ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ ПРИВАБЛИВОГО
ІМІДЖУ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ В ІСПАНОМОВНОМУ
МЕДІАПРОСТОРІ (НА МАТЕРІАЛІ ОНЛАЙН-СТАТЕЙ)

Анна Вікторівна Зікранець (м. Київ, Україна)

annazikranets2003@gmail.com

магістрантка кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті проаналізовано особливості застосування емоційної лексики з точки зору граматики, емоційної полярності та ступеня інтенсивності, а також досліджено роль цієї лексики у створенні привабливого образу здорового способу життя в іспаномовних цифрових ЗМІ. Завдяки методу кількісних підрахунків було зафіксовано переважання лексики з позитивною конотацією (зокрема іменників та прикметників) над негативною лексикою, а також лексики із високим ступенем інтенсивності, що сприяє персуазивності дискурсу здорового способу життя (ЗСЖ). Функціонально-прагматичний аналіз показав, що головними функціями емоційної лексики в досліджуваному дискурсі є функція переконання, ідентифікаційна, дидактична, функція привернення уваги та ідеологічна, серед яких домінантною є функція переконання, котра позиціонує здоров'я як найвищу цінність, мотивуючи читача дотримуватися здорового способу життя. Результати дослідження сприяють розширенню розуміння медіадискурсу та підкреслюють центральну роль емоційної лексики як засобу впливу на аудиторію в дискурсі ЗСЖ.

Ключові слова: *емоційна лексика, іспаномовний медіадискурс, здоровий спосіб життя, персуазивність, функціонально-прагматичний аспект.*

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Емоційна лексика як засіб створення привабливого іміджу здорового способу життя в іспаномовному медіапросторі (на матеріалі онлайн-статей) (Українською) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdravogo sposobu zhyttia v ispanomovnomu mediaprostori (na materialii onlain-statei)]

© Зікранець А. В. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

EMOTIONAL VOCABULARY AS A MEANS OF CREATING AN ATTRACTIVE IMAGE OF A HEALTHY LIFESTYLE IN THE SPANISH-LANGUAGE MEDIA SPACE (BASED ON ONLINE ARTICLES)

Anna Viktorivna Zikranets (Kyiv, Ukraine)

annazikranets2003@gmail.com

Master Student at Department of Romanic Philology

Taras Shevchenko National University of Kyiv

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article analyses the peculiarities of emotional vocabulary usage in terms of grammar, emotional polarity and intensity, and examines the role of this vocabulary in creating an attractive image of a healthy lifestyle in Spanish-language digital media. Thanks to the method of quantitative calculations, the predominance of vocabulary with a positive connotation (in particular, nouns and adjectives) over negative vocabulary, as well as vocabulary with a high degree of intensity, which contributes to the persuasiveness of the discourse of a healthy lifestyle, was recorded. Functional and pragmatic analysis showed that the main functions of emotional vocabulary in the studied discourse are persuasion, identification, didactic, attention-grabbing and ideological, among which the dominant function is persuasion, which positions health as the highest value, motivating the reader to adhere to a healthy lifestyle. The results of the study contribute to a broader understanding of media discourse and emphasise the central role of emotional vocabulary as a means of influencing the audience in the discourse of a healthy lifestyle.

Keywords: *emotional vocabulary, Spanish-language media discourse, healthy lifestyle, persuasiveness, functional-pragmatic aspect.*

Вступ. У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі та цифрові платформи (онлайн-журнали, блоги, медіа про здоров'я та лайфстайл) відіграють значну роль у формуванні цінностей та моделей поведінки. Особливу увагу привертає дискурс здорового способу життя (ЗСЖ), який активно просувається через емоційну лексику. Саме вона забезпечує впливовість текстів, стимулює позитивне ставлення аудиторії до певних практик харчування, фізичної активності та турботи про себе.

(Current issues in psycholinguistics [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

Emotional Vocabulary as a Means of Creating an Attractive Image of a Healthy Lifestyle in the Spanish-Language Media Space (Based on Online Articles) (in Ukrainian) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdravoho sposobu zhyttia v ispansomovnomu mediaprostori (na materiali onlain-statei)]

© Zikranets A. V. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

Проблематикою вивчення емоційної лексики, медіадискурсу та лінгвопрагматичних стратегій у комунікації займалися такі українські дослідники, як Белова А. Д., Селіванова О. О., Мосейчук О. М. [1; 5; 3], які розглядали особливості мовного впливу, маніпулятивних технік та функцій емоційно забарвленої лексики в публіцистичному та медійному дискурсі.

В англійській мові комунікація в галузі охорони здоров'я широко досліджувалася з перспективи емоційної лексики та персуазивності (Набі Р. [8], Чо Х., Салмон Ч. Т. [6]), в той час як іспаномовні дослідження цієї тематики зосереджуються більше на аналізі інституційних кампаній та функції переконання в рекламному дискурсі на тему краси та здоров'я (Діас-Рохо Х. А, Морант і Марко Р. [7]).

Водночас в академічному просторі бракує систематичних досліджень, які поєднували б прагматичний аналіз, емоційну лексику й електронні корпуси газетних та спеціалізованих статей саме іспаномовної медіасфери, націленої на популяризацію здорового способу життя. Існування цієї прогалини, а відтак необхідність здійснення аналізу емоційної лексики, котра слугує основним інструментом формування позитивного іміджу ЗСЖ, зумовило **актуальність даного дослідження**.

Мета дослідження полягає у виявленні та аналізі емоційної лексики в цифровому дискурсі здорового способу життя та визначенні її прагматичних функцій у створенні позитивного іміджу ЗСЖ.

Об'єкт дослідження: дискурс здорового способу життя в іспаномовних цифрових медіа.

Предметом дослідження є емоційна лексика та її прагматичний потенціал у створенні привабливого іміджу ЗСЖ.

Матеріалом дослідження слугує корпус із 17 онлайн-статей з іспаномовних журналів і блогів, а саме EL PAÍS, Vitónica, Men's Health та HOLA.

Методи дослідження. Під час дослідження були застосовані аналітичний (використовувався для опрацювання наукової літератури), описовий (був застосований для систематизації й опису досліджуваного матеріалу), метод суцільної вибірки лексичних одиниць для їх подальшого аналізу, власне функціональний і прагматичний аналіз, а також прийом кількісних підрахунків (сприяв визначенню частотності використання певних груп емоційної лексики).

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Емоційна лексика як засіб створення привабливого іміджу здорового способу життя в іспаномовному медіапросторі (на матеріалі онлайн-статей) (Українською) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdravovoho sposobu zhyttia v ispanomovnomu mediaprostori (na materiali onlain-statei)]

© Зікранець А. В. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

Наукова новизна дослідження полягає у здійсненні комплексного аналізу емоційної лексики у цифровому дискурсі ЗСЖ за такими критеріями: граматичний аспект, емоційна полярність та ступінь інтенсивності емоційної лексики, а також у виокремленні головних прагматичних функцій використання цієї лексики у текстах ЗМІ на тему здоров'я.

Основний зміст. Медіадискурс – це багатоаспектне поняття, що містить багато різних трактувань у сучасному мовознавстві. Одні вважають його самостійним типом дискурсу і тлумачать як особливий тип мовленнєво-мисленнєвої діяльності, притаманний лише для інфопростору засобів масової інформації. Інші ж розглядають медіадискурс як будь-який вид дискурсу, котрий функціонує у сфері комунікації за посередництва ЗМІ [2, с. 268]. Відтак, проаналізувавши різні підходи, можемо вивести наступне тлумачення медіадискурсу – сукупність текстів і повідомлень, котрі створюються та поширюються традиційними (преса, радіо, телебачення) та цифровими (веб-сайти, блоги, соціальні мережі) засобами масової інформації, формуючи соціальну комунікативну практику, яка відображає, будує і трансформує колективну реальність. Однією з важливих рис дискурсу масової інформації є також те, що він залишається в соціальному та культурному просторі, що дозволяє аналізувати його ще довго після первинної публікації. Таким чином, спираючись на вищезазначене, вважаємо доцільним виокремлювати дискурс здорового способу життя як підтип медіадискурсу.

У сучасному світі тренд на ведення здорового способу життя не втрачає актуальності. Навпаки, турбота про здоров'я активно популяризується завдяки онлайн контенту і насамперед ЗМІ, адже вони, як відомо, відіграють центральну роль у формуванні моделей поведінки та просуванні соціальних цінностей. Концепція здорового способу життя широко представлена на новинних порталах, у спеціалізованих журналах та на інституційних веб-сайтах як соціокультурний конструкт, де здоров'я тісно пов'язується з благополуччям, успіхом та соціальною привабливістю.

Відтак можемо трактувати дискурс здорового способу життя як сукупність комунікативних практик – переважно медійних та цифрових – спрямованих на поширення, утвердження та просування звичок, пов'язаних зі збалансованим харчуванням, фізичною активністю, психічним благополуччям та

(Current issues in psycholinguistics [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

Emotional Vocabulary as a Means of Creating an Attractive Image of a Healthy Lifestyle in the Spanish-Language Media Space (Based on Online Articles) (in Ukrainian) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdorovoho sposobu zhyttia v ispanomovnomu mediaprostori (na materialy onlain-statei)]

© Zikranets A. V. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

профілактикою захворювань, за допомогою мовних, риторичних та емоційних засобів, які не тільки передають об'єктивну інформацію, але й формують соціальні та ідеологічні уявлення про здоров'я як індивідуальну та колективну цінність. Це публічний дискурс, спрямований на широку та неоднорідну аудиторію.

Дискурс здорового способу життя, як підтип медіадискурсу, переслідує низку цілей, що поєднують передачу інформації, переконання та формування соціальних ідентичностей. Його основною метою є просування й утвердження в суспільстві повсякденних практик, пов'язаних зі збалансованим харчуванням, фізичною активністю та психічним благополуччям, і відтак позиціонування здоров'я як цінності, до якої слід прагнути. Тобто тексти ЗМІ цього спрямування не обмежуються лише інформуванням про переваги чи ризики, але й заохочують аудиторію набувати звичок, які вважаються корисними й рекомендованими в культурному та соціальному плані.

Конкретні цілі цього дискурсу можна узагальнити в декількох напрямках:

- інформувати громадськість у доступній формі про рекомендації щодо здоров'я;
- переконувати й заохочувати читачів змінити свою поведінку задля користі для їх власного здоров'я та благополуччя;
- утвердити впровадження певних практик, посилаючись на науку або інституційну владу;
- формувати колективну ідентичність, яка підсилює почуття приналежності до певних спільнот (як це відбувається у випадку рухів *realfooding* або фітнес-спільнот, приміром).

Також варто згадати цілі комерційного характеру, оскільки дискурс ЗМІ про здоров'я зазвичай супроводжується просуванням продуктів і послуг, інтеграцією брендів тощо.

Із функціональної точки зору, цей тип дискурсу характеризується передусім персуазивністю [3, с. 174], апелюючи як до раціональності, так і до емоцій читача з метою переконати його змінити свої звички чи поведінку. Іншими не менш важливими функціями дискурсу здорового способу життя є інформативна, ідентифікаційна, ідеологічна, дидактична, функція привернення уваги читача та комерційна.

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Емоційна лексика як засіб створення привабливого іміджу здорового способу життя в іспаномовному медіапросторі (на матеріалі онлайн-статей) (Українською) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdorovoho sposobu zhyttia v ispanomovnomu mediaprostori (na materiali onlain-statei)]

© Зікранець А. В. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

Коли ЗМІ порушують питання здорового способу життя, вони рідко роблять це з виключно медичної чи наукової точки зору, детально обґрунтовуючи доцільність ведення ЗСЖ науково-підкріпленими фактами й результатами досліджень. Цифровий контент на тему здоров'я і благополуччя населення також містить культурну та емоційну складову. У цьому контексті саме емоційна лексика відіграє вирішальну роль: вона підсилює зміст повідомлення, пробуджує інтерес аудиторії, сприяє її залученості та підвищує рівень відгукуваності прочитаного [4, с. 175]. Таким чином, дискурс ЗСЖ функціонує як простір соціальної педагогіки, де обговорюються значення здоров'я та благополуччя, які суттєво впливають на повсякденне життя суспільства.

Відтак невід'ємною частиною медіадискурсу є емоційна лексика – сукупність лексичних одиниць, які виражають, викликають або підсилюють емоційне навантаження, пов'язане з почуттями та ставленням мовця або письменника до змісту повідомлення. Вона не обмежується називанням лише основних емоцій (страх, радість, гнів), а включає всі слова, що викликають афективну або оціночну реакцію у реципієнта [9, с. 148]. У сфері медіакомунікації емоційна лексика насамперед слугує засобом переконання, що підтверджується результатами проведеного дослідження.

Із граматичної точки зору проаналізований матеріал показує кількісне переважання прикметників (16 %) та іменників (48 %) з емоційним забарвленням, які виступають основними носіями суб'єктивності. Серед найчастіших іменників виділяються *placer*, *calidad de vida*, *alivio*, *culpa*, *frustración*, *fracaso*, *bienestar*, *obsesión*, *ansiedad*, *energía*, і всі вони тісно пов'язані з базовими емоційними переживаннями або оціночними судженнями. Ці іменники не тільки позначають внутрішні стани, але й виступають семантичними ядрами, навколо яких організовується повідомлення.

Прикметники, в свою чергу, виконують чітку оціночну функцію: спостерігається використання таких слів, як *sano*, *maravilloso*, *delicioso*, *creativa*, *innecesaria*, *sosa*, *aburrida*, *equilibrada*, *consciente*, які підсилюють позитивне або негативне ставлення до певних практик.

Також вживаються дієслова (26%), що передають емоційні процеси, такі як *disfrutar*, *silenciar*, *preocupar*, *demonizar*, *despreciar*, *sentir*, *mejorar*, які

(Current issues in psycholinguistics [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

Emotional Vocabulary as a Means of Creating an Attractive Image of a Healthy Lifestyle in the Spanish-Language Media Space (Based on Online Articles) (in Ukrainian) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdorovoho sposobu zhyttia v ispansomovnomu mediaprostori (na materialy onlain-statei)]

© Zikranets A. V. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

додають динамічності дискурсу, викликаючи в читача певну реакцію на отриману інформацію. Варто зазначити, що в реченні *Gracias al hecho de comer prestando atención ... la comida me sabe mejor porque como cuando de verdad tengo ganas* [22] дієслово *sabe mejor* більше стає сенсорно-емоційною метафорою, яка підкреслює суб'єктивний досвід харчування.

Іншим аспектом аналізу емоційної лексики дискурсу ЗСЖ була так звана емоційна полярність лексики – оцінний вектор слова або виразу, який визначає його емоційне забарвлення як позитивне, негативне чи нейтральне. Щодо емоційної полярності, корпус демонструє істотну перевагу лексики з позитивною конотацією (54%). Наприклад, Такі вирази, як *placer por la comida*, *calidad de vida* [11], *valor supremo* [12], *escudo protector* [10], *comer prestando atención* [22], *salud física y emocional* [25], *energía*, *mejor ánimo* [14], *herramienta excelente* [23], *oportunidad de bienestar* [17], створюють бажаний образ здорового способу життя, представляючи його як джерело щастя, балансу та самореалізації.

Варто зазначити, що лексика з негативною конотацією (*culpa*, *ansiedad*, *frustración*, *inseguridad*, *presión*, *depresión*, *obsesión*) також займає важливе місце в досліджуваному масиві текстів: вона має на меті висвітлити ризики, пов'язані зі шкідливими звичками або зловживаннями, і слугує застереженням та попередженням. У деяких випадках негативність пом'якшується іронією або розмовною інтонацією: *Es decir, da igual que te apetezca una pizza, una palmera de chocolate o unos miguelitos de La Roda, si los hueles durante dos minutos, se te pasará la ansiedad y acabarás comiendo una pera o una zanahoria. ¡Verídico!* [18]. Наведена вище анекдотичність дещо знижує серйозність повідомлення, але при цьому зберігає його оціночний характер. Відтак застосування негативної лексики є дискурсивною стратегією для контрасту з позитивною й підкреслення необхідності ведення здорового способу життя.

Іншим важливим аспектом є ступінь інтенсивності емоційної лексики. Такі вирази як *valor supremo* [12], *escudo protector* [10] чи *un órgano maravilloso* [20] (тобто мозок) додають тексту емоційності, котра не властива об'єктивним описам. Також виділяються такі прикметники, як *totalmente innecesaria* [22], *innumerables beneficios* [15] або *mejor favor que podemos hacerle a nuestro cuerpo* [13], які підсилюють оціночність за допомогою гіперболізації. В інших випадках високий ступінь інтенсивності досягається за допомогою окличних речень: *¡Te*

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Емоційна лексика як засіб створення привабливого іміджу здорового способу життя в іспаномовному медіапросторі (на матеріалі онлайн-статей) (Українською) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdorovoho sposobu zhyttia v ispanomovnomu mediaprostori (na materiali onlain-statei)]

© Зікранець А. В. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

proponemos 5 trucos que te ayudarán a perder peso! [20], які мають на меті привернути увагу читача й підсилити переконливий вплив медіа-повідомлень.

Із точки зору прагматики, найбільш репрезентативними в досліджуваному масиві текстів виявилися наступні функції емоційної лексики: переконання, ідентифікаційна, дидактична, функція привернення уваги та ідеологічна.

Найголовнішою є функція переконання. Приклади на кшталт *No necesitas renunciar a lo que te gusta, sino aprender a disfrutarlo de manera más equilibrada y consciente* [17] безпосередньо закликають читача до дії, мінімізуючи опір зміні звичок. Варто зазначити, що переконливості тексту надає часте вживання вищого ступеня порівняння прикметників, зокрема підсилювальної частки *más* або *mucho más* (*más progresiva* [21], *más enérgico* [25], *más feliz* [19; 22], *más saludable* [10; 12; 24; 26], *más cuidadosa* [15], *mucho más eficaz* [17]). Також у досліджуваному типі дискурсу персуазивності сприяє використання риторичних фігур, зокрема метафори та персоніфікації, які доповнюють емоційну лексику, посилюючи її прагматичний вплив. Приміром, у реченні *La dieta funcional se convierte en una aliada para prevenir enfermedades futuras y mejorar aquellas que ya existen* [14]. Тут дієта представлена як союзник (*aliada*), що сприяє підвищенню позитивного іміджу здорового способу життя, мотивуючи й заохочуючи читача піклуватися про власне здоров'я. Також у досліджуваному дискурсі прослідковується часте використання фрази *cuidar la alimentación* [22], де дієслово *cuidar* хоч і саме по собі не називає емоційні процеси, але набуває непрямого емоційного відтінку, оскільки слово «піклуватися» має позитивну конотацію, передбачає відповідальність і увагу до чогось або когось (у нашому випадку до харчування). Тобто використання такої фрази пробуджує в читача відчуття відповідальності, переконуючи його уважно ставитися до свого раціону і таким чином дбати про власне здоров'я.

Емоційна лексика виконує також ідентифікаційну функцію, що проявляється у виразах на кшталт *alimentación más cuidadosa con el planeta (...el 77 % de los españoles reconoce que lleva una alimentación más cuidadosa con el planeta)* [15] і полягає не лише в описі корисних звичок, але й у формуванні символічної приналежності до спільноти свідомих людей, тобто тих, хто дбає про своє здоров'я та планету.

(Current issues in psycholinguistics [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

Emotional Vocabulary as a Means of Creating an Attractive Image of a Healthy Lifestyle in the Spanish-Language Media Space (Based on Online Articles) (in Ukrainian) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdravovoho sposobu zhyttia v ispanomovnomu mediaprostori (na materiali onlain-statei)]

© Zikranets A. V. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

Іншою важливою функцією є дидактична, де емоційна лексика полегшує розуміння складних процесів за допомогою емоційних образів: *Incorporar hábitos saludables puede actuar como un escudo protector contra las enfermedades mentales* [10].

Іще однією функцією, притаманною досліджуваному масиву текстів, є функція привернення уваги, що базується на інтенсивності емоційної лексики, зверненні до читача за допомогою яскравих прикметників (*excelente* [11; 23], *maravilloso* [20]), вигуків (*¡Verídico!* [18]) та запереченні стереотипів: *no significa – en absoluto – comer de forma sosa o aburrida* [16]. Це допомагає не втратити інтерес читача у процесі ознайомлення з інформацією і сприяє наближенню читача до тексту.

Нарешті, емоційна лексика виконує ідеологічну функцію, оскільки легітимізує здоров'я як найвищу цінність і чесноту: *la salud se ha convertido en un valor supremo, casi una virtud de la que hacer alarde* [12]. Тут підкреслюється ідея, що піклуватися про себе – це не тільки індивідуальний вибір кожної людини, а й її соціальний обов'язок.

Висновки. Проведений аналіз доводить, що емоційна лексика є ключовим ресурсом в іспаномовному дискурсі здорового способу життя. Переважають вирази позитивної полярності, підкріплені емоційною лексикою з негативною конотацією, котра використовується як застереження, сприяючи створенню привабливого іміджу ЗСЖ та проектуванню здоров'я як цінності, до якої слід прагнути. Із граматичної точки зору, кількісно превалюють емоційні іменники та прикметники, надаючи дискурсу стійкості та оціночності. Переважає лексика з високим ступенем інтенсивності, що підсилює виразність і привертає увагу читача до тексту. Головними функціями емоційної лексики в досліджуваному дискурсі є функція переконання, ідентифікаційна, дидактична, функція привернення уваги читача та ідеологічна, котрі демонструють, що використання емоційної лексики є ядром комунікативної стратегії у просуванні здорового способу в цифровому іспаномовному медіапросторі.

Подальші перспективи полягають у необхідності здійснення порівняльного аналізу різних медіажанрів, детальнішому дослідженню комунікативних стратегій і тактик репрезентації здорового способу життя в іспаномовному інфопросторі, а також сприйняття ЗСЖ читачами, аби зрозуміти, як такий тип дискурсу впливає на їхні уявлення та практики, пов'язані зі здоров'ям.

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Емоційна лексика як засіб створення привабливого іміджу здорового способу життя в іспаномовному медіапросторі (на матеріалі онлайн-статей) (Українською) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdorovoho sposobu zhyttia v ispansomovnomu mediaprostori (na materiali onlain-statei)]

© Зікранець А. В. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

Література:

1. Белова, А. Д. (2002). Поняття “стиль”, “жанр”, “дискурс”, “текст” у сучасній лінгвістиці. *Іноземна філологія*, (32), 11–14. Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка.
2. Коритнік, Д. Ю., & Баранова, С. В. (2020). Медіадискурс як різнопланове явище сучасних медіадосліджень. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*, (80 (1)), 266–271. <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2020-80-1-39>
3. Мосейчук, О. М. (2012). Публіцистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, (65), 174–177. <https://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/9237>
4. Романова, Н. В. (2011). Проблема емоційної і емотивної лексики. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 3(2), 174–179. <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/4147/1/Romanova.pdf>
5. Селіванова, О. О. (2008). *Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми* (Підручник). Полтава: Довкілля-К.
6. Cho, H., & Salmon, C. T. (2007). Unintended effects of health communication campaigns. *Journal of Communication*, 57(2), 293–317. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00344.x>
7. Díaz Rojo, J. A., & Morant Marco, R. (2008). Persuasión lingüística, salud y belleza. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, 38.
8. Nabi, R. (2015). Emotional flow in persuasive health messages. *Health Communication*, 30(2), 114–124. <https://doi.org/10.1080/10410236.2014.974129>
9. Pavlenko, A. (2008). Emotion and emotion-laden words in the bilingual lexicon. *Bilingualism: Language and Cognition*, 11(2), 147–164. <https://doi.org/10.1017/S1366728908003283>

Джерела ілюстративного матеріалу:

10. Redacción El País. “Ejercicio físico, dieta sana, amigos y otros escudos protectores para la salud mental.” *El País Bienestar*, October 11, 2024. <https://elpais.com/salud-y-bienestar/2024-10-11/ejercicio-fisico-dieta-sana-amigos-y-otros-escudos-protectores-para-la-salud-mental.html>
11. Redacción El País. “La alimentación emocional: cuando se come para superar el malestar.” *El País Bienestar*, January 20, 2025. <https://elpais.com/salud-y-bienestar/2025-01-20/la-alimentacion-emocional-cuando-se-come-para-superar-el-malestar.html>
12. Redacción El País. “Salutismo: cuando la salud se viste de moralidad y deja de lado el placer.” *El País Bienestar*, June 23, 2025. <https://elpais.com/salud-y-bienestar/nutrir-conciencia/2025-06-23/salutismo-cuando-la-salud-se-viste-de-moralidad-y-deja-de-lado-el-placer.html>

(Current issues in psycholinguistics [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

Emotional Vocabulary as a Means of Creating an Attractive Image of a Healthy Lifestyle in the Spanish-Language Media Space (Based on Online Articles) (in Ukrainian) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdorovoho sposobu zhyttia v ispansomovnomu mediaprostori (na materiali onlain-statei)]

© Zikranets A. V. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

13. Redacción Hola!. “Alimentación consciente para mantenerte en forma.” *Hola! Belleza*, June 29, 2024. <https://www.hola.com/belleza/20240629702065/alimentacion-consciente-mantenerte-en-forma/>
14. Redacción Hola!. “Dieta funcional: beneficios para la salud.” *Hola! Lifestyle – Estar bien*, June 2, 2023. <https://www.hola.com/estar-bien/20230602233096/dieta-funcional-beneficios/>
15. Redacción Hola!. “Dieta vegetal: beneficios para la salud.” *Hola! Estar bien*, September 2, 2024. <https://www.hola.com/estar-bien/20240902715005/dieta-vegetal-saludable-beneficios/>
16. Redacción Hola!. “Recetas saludables para perder peso.” *Hola! Cocina*, January 8, 2025. <https://www.hola.com/cocina/recetas/20250108739705/recetas-saludables-perder-peso/>
17. Redacción Hola!. “Trucos de influencers para mantener una vida saludable.” *Hola! Fashion*, December 17, 2024. <https://www.hola.com/fashion/20241217736352/trucos-de-influencers-para-mantener-una-vida-saludable/>
18. Redacción Men’s Health. “Cómo controlar el apetito y la sensación de hambre para perder peso.” *Men’s Health España*, May 27, 2020. <https://www.menshealth.com/es/nutricion-dietetica/a27620230/comida-apetito-controlar-hambre-oler-perder-peso/>
19. Redacción Men’s Health. “Hambre emocional y ansiedad: entrenamiento nutricional.” *Men’s Health España*, July 6, 2020. <https://www.menshealth.com/es/nutricion-dietetica/a33009449/hambre-emocional-ansiedad-entrenamiento-nutricional/>
20. Redacción Men’s Health. “Trucos para perder peso que funcionan según la psicología.” *Men’s Health España*, December 2, 2020. <https://www.menshealth.com/es/adelgazar-perder-peso/a35150959/trucos-perder-peso-funcionan-psicologia/>
21. Redacción Men’s Health. “Una doctora alerta sobre la ortorexia y la alimentación saludable extrema.” *Men’s Health España*, April 29, 2024. <https://www.menshealth.com/es/nutricion-dietetica/a60957892/doctora-alerta-alimentacion-ortorexia/>
22. Redacción Vitónica. “Así como la alimentación consciente ha cambiado mi dieta y mi relación con la comida.” *Vitónica*, February 2024. <https://www.vitonica.com/dietas/asi-como-alimentacion-consciente-ha-cambiado-mi-dieta-mi-relacion-comida>
23. Redacción Vitónica. “Claves para lograr una alimentación consciente y saludable.” *Vitónica*, March 2024. <https://www.vitonica.com/dietas/claves-para-lograr-alimentacion-consciente-saludable>
24. Redacción Vitónica. “Controla la alimentación emocional.” *Vitónica*, March 2024. <https://www.vitonica.com/dietas/controla-la-alimentacion-emocional>
25. Redacción Vitónica. “La alimentación saludable cuida tu salud física y también tu salud mental.” *Vitónica*, March 2024. <https://www.vitonica.com/dietas/alimentacion-saludable-cuida-tu-salud-fisica-tambien-tu-salud-mental>
26. Redacción Vitónica. “Los mejores trucos para bajar de peso: contar calorías.” *Vitónica*, February 2024. <https://www.vitonica.com/complementos/mejores-trucos-para-bajar-peso-contar-calorias>

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Емоційна лексика як засіб створення привабливого іміджу здорового способу життя в іспаномовному медіапросторі (на матеріалі онлайн-статей) (Українською) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdravoho sposobu zhyttia v ispanomovnomu mediaprostori (na materialii onlain-statei)]

© Зікранець А. В. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

References:

1. Belova, A. D. (2002). *Poniattia "styl," "zhanr," "dyskurs," "tekst" u suchasni linhvistytsi* [The concepts of "style," "genre," "discourse," "text" in modern linguistics]. *Inozemna filolohiia*, (32), 11–14. Kyiv: KNU im. Tarasa Shevchenka.
2. Korytnik, D. Yu., & Baranova, S. V. (2020). *Mediadyskurs yak riznoplanove yavlyshche suchasnykh mediadoslidzhen'* [Media discourse as a multidimensional phenomenon of modern media studies]. *Aktualni problemy filolohii ta perekladoznavstva*, (80(1)), 266–271. <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2020-80-1-39>
3. Moseichuk, O. M. (2012). *Publitsystychnyi dyskurs yak kontekst realizatsii komunikatyvnoho vplyvu na masovoho adresata* [Publicistic discourse as a context of communicative influence on the mass addressee]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka*, (65), 174–177. <https://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/9237>
4. Romanova, N. V. (2011). *Problema emotsiinoi i emotyvnoi leksyky* [The problem of emotional and emotive vocabulary]. *Naukovyi visnyk Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, 3(2), 174–179. <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/4147/1/Romanova.pdf>
5. Selivanova, O. O. (2008). *Suchasna linhvistyka: napriamy ta problemy* [Modern linguistics: Directions and issues]. Poltava: Dovkillia-K.
6. Cho, H., & Salmon, C. T. (2007). Unintended effects of health communication campaigns. *Journal of Communication*, 57(2), 293–317. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00344.x>
7. Díaz Rojo, J. A., & Morant Marco, R. (2008). Persuasión lingüística, salud y belleza. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, 38.
8. Nabi, R. (2015). Emotional flow in persuasive health messages. *Health Communication*, 30(2), 114–124. <https://doi.org/10.1080/10410236.2014.974129>
9. Pavlenko, A. (2008). Emotion and emotion-laden words in the bilingual lexicon. *Bilingualism: Language and Cognition*, 11(2), 147–164. <https://doi.org/10.1017/S1366728908003283>
10. Redacción El País. "Ejercicio físico, dieta sana, amigos y otros escudos protectores para la salud mental." *El País Bienestar*, October 11, 2024. <https://elpais.com/salud-y-bienestar/2024-10-11/ejercicio-fisico-dieta-sana-amigos-y-otros-escudos-protectores-para-la-salud-mental.html>
11. Redacción El País. "La alimentación emocional: cuando se come para superar el malestar." *El País Bienestar*, January 20, 2025. <https://elpais.com/salud-y-bienestar/2025-01-20/la-alimentacion-emocional-cuando-se-come-para-superar-el-malestar.html>
12. Redacción El País. "Salutismo: cuando la salud se viste de moralidad y deja de lado el placer." *El País Bienestar*, June 23, 2025. <https://elpais.com/salud-y-bienestar/nutrir-conciencia/2025-06-23/salutismo-cuando-la-salud-se-viste-de-moralidad-y-deja-de-lado-el-placer.html>

(Current issues in psycholinguistics [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

Emotional Vocabulary as a Means of Creating an Attractive Image of a Healthy Lifestyle in the Spanish-Language Media Space (Based on Online Articles) (in Ukrainian) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdorovoho sposobu zhyttia v ispansomovnomu mediaprostori (na materialii onlain-statei)]

© Zikranets A. V. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com

13. Redacción Hola!. “Alimentación consciente para mantenerte en forma.” *Hola! Belleza*, June 29, 2024. <https://www.hola.com/belleza/20240629702065/alimentacion-consciente-mantenerte-en-forma/>
14. Redacción Hola!. “Dieta funcional: beneficios para la salud.” *Hola! Lifestyle – Estar bien*, June 2, 2023. <https://www.hola.com/estar-bien/20230602233096/dieta-funcional-beneficios/>
15. Redacción Hola!. “Dieta vegetal: beneficios para la salud.” *Hola! Estar bien*, September 2, 2024. <https://www.hola.com/estar-bien/20240902715005/dieta-vegetal-saludable-beneficios/>
16. Redacción Hola!. “Recetas saludables para perder peso.” *Hola! Cocina*, January 8, 2025. <https://www.hola.com/cocina/recetas/20250108739705/recetas-saludables-perder-peso/>
17. Redacción Hola!. “Trucos de influencers para mantener una vida saludable.” *Hola! Fashion*, December 17, 2024. <https://www.hola.com/fashion/20241217736352/trucos-de-influencers-para-mantener-una-vida-saludable/>
18. Redacción Men’s Health. “Cómo controlar el apetito y la sensación de hambre para perder peso.” *Men’s Health España*, May 27, 2020. <https://www.menshealth.com/es/nutricion-dietetica/a27620230/comida-apetito-controlar-hambre-oler-perder-peso/>
19. Redacción Men’s Health. “Hambre emocional y ansiedad: entrenamiento nutricional.” *Men’s Health España*, July 6, 2020. <https://www.menshealth.com/es/nutricion-dietetica/a33009449/hambre-emocional-ansiedad-entrenamiento-nutricional/>
20. Redacción Men’s Health. “Trucos para perder peso que funcionan según la psicología.” *Men’s Health España*, December 2, 2020. <https://www.menshealth.com/es/adelgazar-perder-peso/a35150959/trucos-perder-peso-funcionan-psicologia/>
21. Redacción Men’s Health. “Una doctora alerta sobre la ortorexia y la alimentación saludable extrema.” *Men’s Health España*, April 29, 2024. <https://www.menshealth.com/es/nutricion-dietetica/a60957892/doctora-alerta-alimentacion-ortorexia/>
22. Redacción Vitónica. “Así como la alimentación consciente ha cambiado mi dieta y mi relación con la comida.” *Vitónica*, February 2024. <https://www.vitonica.com/dietas/asi-como-alimentacion-consciente-ha-cambiado-mi-dieta-mi-relacion-comida>
23. Redacción Vitónica. “Claves para lograr una alimentación consciente y saludable.” *Vitónica*, March 2024. <https://www.vitonica.com/dietas/claves-para-lograr-alimentacion-consciente-saludable>
24. Redacción Vitónica. “Controla la alimentación emocional.” *Vitónica*, March 2024. <https://www.vitonica.com/dietas/controla-la-alimentacion-emocional>
25. Redacción Vitónica. “La alimentación saludable cuida tu salud física y también tu salud mental.” *Vitónica*, March 2024. <https://www.vitonica.com/dietas/alimentacion-saludable-cuida-tu-salud-fisica-tambien-tu-salud-mental>
26. Redacción Vitónica. “Los mejores trucos para bajar de peso: contar calorías.” *Vitónica*, February 2024. <https://www.vitonica.com/complementos/mejores-trucos-para-bajar-peso-contar-calorias>

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Емоційна лексика як засіб створення привабливого іміджу здорового способу життя в іспаномовному медіапросторі (на матеріалі онлайн-статей) (Українською) [Emotsiina leksyka yak zasib stvorennia pryvablyvoho imidzhu zdravogo sposobu zhyttia v ispanomovnomu mediaprostori (na materialii onlain-statei)]

© Зікранець А. В. [Zikranets A. V.], annazikranets2003@gmail.com