

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ТЕКСТУ ТА КОМУНІКАЦІЇ

УДК 81'27'42:796.332=134.2

СОЦІОЛІНГВІСТИЧНА МАРКОВАНІСТЬ СУЧАСНОГО ІСПАНСЬКОМОВНОГО ФУТБОЛЬНОГО ДИСКУРСУ

Валентина Котенко

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка
бульв. Т. Шевченка, 14, Київ, 01030, Україна
valya.kotenko@gmail.com*

У статті розкрито параметри, за якими конкретні моводиниці демонструють свою соціолінгвістичну маркованість у періодичних та науково-популярних виданнях. Досліджено використання іншомовних слів серед власних і загальних назв, проникнення сталих футбольних виразів у сферу щоденного мовлення зі зміною конотації. Виявлено розширення впливу спортивного дискурсу на розмовно-побутове мовлення.

Ключові слова: дискурс, спортивний дискурс, дискурсивна практика, соціальна маркованість, соціально-культурний контекст.

Спорт і все, що з ним пов'язано, є виявом широкої соціальної практики. Дискурс іспанських ЗМІ трактує футбол як найпопулярніший вид спорту в цій країні. Вивчення спортивного дискурсу в мовознавстві можливе лише за умови залучення синтезу лінгвістичних та соціологічних знань. Врахувавши головний постулат теорії мовної відносності Сепіра-Уорфа про мову як ключ до світу думки і культури, формулюємо мету нашої розвідки – виявити загальні соціокультурні особливості іспанського суспільства, відображені у спортивному футбольному дискурсі через мову.

Попри численні філософські та лінгвістичні праці, присвячені дослідженню феномену дискурсу (Р. Водак, Т. ван Дейк, Ж. Дерріда, Ю. Крістева, П. Рікер, М. Фуко; Н. Арутюнова, А. Белова, В. Карасик, В. Кулик, М. Ляпон, М. Макаров, В. Сусов, С. Павлюк, О. Селіванова), філософських питань спорту та ігор (Й. Гейзинга, Р. Каюа, С. Коннор, Г. Гумбрехт, У. Морган, Ж. П. Сартр), словотвору спортивного тексту (І. Дубчак), спортивного тексту та дискурсу (А. Кікало, О. та Б. Зільберт, І. Недайнова), періодики (Т. Кузнєцова, Л. Алексєєва, В. Кулик) та іспанської преси (Г. Фореро, Х. Кастаньйон Родрігес, Х. Мартінес Альбертос, Г. Медіна Перес), іспанський спортивний дискурс залишається маловивченим в українській соціолінгвістиці. Завдання цієї статті: дослідити соціальну природу спортивного дискурсу. Предмет аналізу – соціолінгвістичні маркери конструювання модерного іспанськомовного спортивного дискурсу. Аналіз дискурсу здійснюємо на підставі врахування його міждисциплінарної природи: це перетин лінгвістики, соціології, психології, етнографії, семіотичного напрямку літератури, стилістики та філософії. Незважаючи на різні підходи до аналізу дискурсу ЗМІ та наукових видань [1: 175], аналіз модерного іспанськомовного спортивного дискурсу з огляду на його соціолінгвістичну спрямованість розпочнемо із обґрунтування соціальної природи понять «спорт» і «дискурс».

Т. ван Дейк наголошує на важливості соціокультурного компоненту дискурсу: і письмовий, і усний дискурси є формами соціальної практики в соціокультурному контексті [2: 30]. Один із засновників критичного дискурс-аналізу, безпосередньо дотичного до соціолінгвістики, Н. Фейєрклоу, зауважує, що дискурс – це набагато більше, ніж просто використання мови, це таке її застосування, коли письмо чи усне мовлення розглядається як тип соціальної практики [3: 28]. У загальних рисах дискурсу можна охарактеризувати як специфічний спосіб розуміння мови і суспільства засобами інституційних дій [4: 134]. М. Макаров підкреслює, що в ході аналізу дискурсу продукуються й конструюються смисли, соціальні інститути і культурні схеми, системи цінностей, формуються людські спільноти та соціальні аспекти особистостей [5: 137]. Дискурс є практикою комунікативних взаємин для досягнення суспільної узгодженості та соціальної згоди [6: 7]; мовленням у контексті соціальної та мисленевої діяльності [3: 25].

Сам дискурс є породженням соціального контексту і водночас він продукує зміни, що виникають у соціальному контексті. Суспільство і культура пов'язані з дискурсом: вони формуються дискурсом і в той же час формують його. Мова йде не просто про окремих індивідів, а про них як про представників різних соціальних груп, інституцій чи культур, які виконують роль, задану конкретною комунікативною ситуацією. За В. Карасиком, такі характеристики свідчать про існування статусно орієнтованого дискурсу [1: 181]. Важливим є не лише соціальний, а й власне весь вертикальний контекст (термін за: [7: 318]). Провідною тенденцією на сьогодні є зміщення уваги не на мову як знак, а на те, як цей знак функціонує, коли люди його використовують. Так, сучасний гуманітарний дискурс, наслідуючи закони поліполярного світу, реагує на зміни детермінант – ідеологічних, культурних, етичних і психологічних [8: 63].

Мову з часів В. фон Гумбольдта та О. Потебні трактують як явище, що має культурно-діяльнісне, соціально-психологічне підґрунтя. Тому її комунікативна й когнітивна складові не можуть уникнути соціальної маркованості [9: 17]. Оскільки дискурс розглядається на тлі широкого соціального контексту, то й вивчення мови того чи іншого дискурсу неможливе без звернення до соціології. За Р. Хадсоном, соціолінгвістика – це і є вивчення мови в її відношенні до суспільства, а соціологія мови – це вивчення суспільства у його відношенні до мови [10: 16]. Мета соціолінгвістики – показати спільну варіативність мовних і соціальних структур та їх зміни, а також причинні зв'язки між ними в тому чи іншому напрямі [11: 88]. Отже, в дискурсі взаємопов'язані два аспекти: мовний і суспільний – в рамках дискурсивної формації (термін за: [4: 111]). Ця приналежність є конститутивною для дискурсу і її можна розпізнати в рамках аналізу мови.

Говорячи про особливості саме спортивного дискурсу, ми мусимо наголосити на еkleктичності самого поняття, адже спортивний дискурс формується спортивними журналістами, які створюють репортажі, публікують інтерв'ю, пишуть статті-огляди, коментарі, нариси та книги науково-популярного жанру з метою неупереджено висвітлити спортивні події, описати дії конкретних гравців, або ж провести ґрунтовний аналіз та надати власну суб'єктивну оцінку тим чи інших спортивним подіям; так і тими спортсменами і тренерами, які протягом або вже після закінчення своєї кар'єри вирішують поділитися із громадськістю своїм досвідом, враженнями, думками. Формують його і вболівальники, висловлюючи свої думки, враження та емоції в соціальних мережах та у блогах електронних версій спеціалізованих видань. Таким чином, у вимірі спортивного поля дискурсу «тональність» (термін М. Халлідея)

здається конкретною ситуацією (відношення автор – читач) через канал письмової комунікації. Кожен дискурс так чи інакше взаємопов'язується з іншим, між ними немає чітких меж. Саме в той момент, коли особа набуває певної суспільної ролі (спортивного журналіста, оглядача новин, експерта, читача, який залишає свій коментар, зятого вболівальника тощо), вона стає ознакою дискурсу. Дискурс не існує сам по собі ізольовано. Недостатньо просто зауважити, що спільнота творить дискурс. Вона в ньому функціонує, належить до дискурсу, є його частиною, а не просто зовнішньою контекстуалізацією тексту [4: 145].

Одним із ключових понять соціолінгвістики є *мовна ситуація*, тобто властивий суспільству спосіб забезпечення комунікативних потреб за допомогою взаємодії форм однієї мови чи кількох мов, що функціонують на означеній території, в означеному соціумі, у межах конкретного адміністративно-політичного утворення та в конкретний історичний період [12: 42]. Як писав Ж.-П. Сартр, реальність нашої належності людству – це національність, реальність нашої національності – це належність сім'ї, сфері діяльності, професії і т. д., в тому сенсі, що реальність мови – це національна мова, а реальність останньої – діалекти, арго, говірки тощо [13: 328]. Отже, конкретним соціальним контекстом та реальністю нашого розгляду виступає країна Іспанія та її мови, оскільки на тій території Піренейського півострова, що її займає Іспанія, офіційно функціонує чотири мови. Рейтинг найуспішніших іспанських футбольних команд, як це не дивно, також очолюють представники трьох різних історичних областей: ФК «Реал Мадрид» (Кастилія), ФК «Барселона» (Каталонія) та ФК «Атлетік» (Країна Басків).

Опис мови газетних текстів ми розглядаємо як опис одного з фрагментів мовної ситуації (комунікація, яка здійснюється газетними статтями, є складником комунікації, що реалізується на всій території країни і охоплює суспільство загалом, тобто належить до якісних характеристик мовної ситуації [14: 329]). Окремої уваги заслуговує аналіз праць, присвячених конкретним спортсменам чи клубам.

Сам же феномен спорту входить в особисту пам'ять, є однією з модальностей соціальної діяльності та творить, таким чином, соціальну історію. Спорт називають релігією XXI сторіччя, а Р. Каюа свого часу, апелюючи до Й. Гейзінги, підкреслив, що багато загальновідомих спортивних ігор (серед яких і футбол) належать до виміру сакрального [15: 201–202]. Як специфічний різновид гри, спорт (в цьому він подібний до всіх сакральних церемоній), відбувається на певній відстані від повсякденного життя і тому становить ознаку сакрального [15: 22–23].

Дискурсивний аналіз став засобом вивчення комунікативної ідентичності та менталітету. Гра у всіх своїх найвищих проявах, коли вона щось означає або урочисто знаменує, знаходить своє місце у сфері свята або культу, у сфері священного, власне саме просторова вихопленість цієї діяльності (гри) із буденного життя і робить її особливою [15: 28; 38]. Сюди ж можемо віднести і творення культу героя, і протиставлення його відповідному антагоністу. Крім того, важливою рисою спортивного дискурсу є творення своєрідного образу святого, що поєднує харизму та святість. Святих вважають втіленням певних чеснот, але також святі є людьми, які творять дива. Образ святих, таким чином, накладається на образ великих спортсменів, і дуже добре це можна простежити в іспанській мові: *San Iker* [I: 68], *Esta vez el rival no resucitó* [El Mundo 29.09.2011], *el sacrificado fue Cesc* [El Mundo 28.03.2012], *el santo en los guantes del portero; Messi es un extraterrestre y Cristiano – el más bueno de los humanos* [Marca 14.11.2012], *el padre es el presidente... Florentino Pérez, y los papeles de hijo y espíritu santo se los reparten, según la ocasión, el capitán Casillas y el entrenador*

plenipotenciario, Mourinho [П: 100–101]. Такі приклади демонструють застосування релігійного коду і перенесення відповідних характеристик у сферу спорту, що, ймовірно, не може не бути пов'язаним із сильними католицькими традиціями Іспанії.

Проте це святі без раю, з ними не асоціюється трансцендентність, вони скоріше іманентні святі, які приходять і відходять; а чергова поразка може навіть перевести їх в розряд антигероїв та грішників: *Messi, el mejor de la historia* [Marca 7.01.2013] VS *Leo pierde la sonrisa. En las últimas jornadas, Leo ha bajado de nivel, tanto o más como sus compañeros. Sigue marcando partido tras partido, pero ante el Madrid (tanto en Liga como en Copa) y el Milan se vio su peor versión.* [El Mundo 4.03.2013]; *El Barça está en urgencias. Hoy es una ruina, se ha desplomado en lo futbolístico, en lo físico y en lo anímico.* [El País 2.03.2013] VS *El Barça sigue siendo el mejor del mundo* [Marca 12.03.2013].

Розглядати власне соціолінгвістичну маркованість іспанськомовного спортивного дискурсу можна за кількома параметрами.

1. Насиченість мови іншомовними запозиченнями

Зважаючи на те, що футбол виник в Англії, а першими тренерами професійних іспанських клубів були саме англійці, не дивно, що сучасний іспанськомовний спортивний дискурс рясніє англіцизмами. Так, у назвах клубів не застосовуються правила орфографії іспанської мови, тому замість *Racing* de Santander, *Spórting* de Gijón, *Atlético* de Bilbao маємо *Racing*, *Sporting* та *Athletic* відповідно. Історія останнього є особливо цікавою, адже у написанні слово зберігає типовий англійський диграф **th** [θ], що вимовляється, проте, як /t/. Якщо згадана комбінація -th- є незвичною і важкою для вимови у іспанській мові, то -tl- вже має відповідники: *atlas*, *atleta*, *atletismo*, *atlético*. За спостереження Ф. Родрігеса Гонсалеса, як у радіокоментарях, так і на стадіонах Біскаїї дуже чітко звучить фінальний проривний /k/, тоді як серед мадридців звичною є вимова *Atleti*, майже *aleti* [16]. Цікавим є той факт, що футбольний клуб «Атлетіко Мадрид» (заснований 26. 04. 1903 р. групою студентів із Біскаїї як філіал Атлетіка з Більбао) вже в 1921 році повністю від'єднується від баскського прародича, а на початку 1947 року змінює назву на «більш іспанську» – *Club Atlético de Madrid*. Згаданий баскський клуб не давав спокою і Ф. Франко, за диктатури якого до основи часто додавали закінчення **o**, щоб елемент запозиченості не був таким очевидним.

Саме ж англійське слово «football» в іспанській мові вкоренилося достатньо сильно і було введено в офіційний вжиток ЗМІ, набувши лише рис графічного оформлення – *fútbol*. Іспанський відповідник *balompié* Академія іспанської мови RAE вважає калькою. Тим не менше, декілька іспанських футбольних клубів таки зберегли ці кальковані відповідники: *Real Betis Balompié*, *Albacete Balompié*, *Palencia Balompié*.

Серед інших калькованих з англійської мови термінів виокремлюємо: *balonazo* (long ball), *juez de línea* (line judge), *gol* (goal), *delantero* (forward), *falta* (fault), *penalty/penalti*. Є також слова, які вживаються без змін: *córner*, *dream team*, *dribling*, *fint*, *sprints*, *play*, *quarterback*.

Підкреслимо, що питома каталонські клуби (*Real Club Deportivo Espanyol S.A.D.*; *el Barça*; *El Centre d'Esports Sabadell Futbol Club*; *Club Esportiu Europa*), назви стадіонів, спорткомплексів та інші топографічні найменування (*Camp Nou*, *Nova Creu Alta*; *Centre d'Esports Sabadell*; *Nou Sardanya Barcelona*, *barrio de Gràcia*) зберігають модель написання та вимови каталонської мови. Вживання баскських назв, складніших для артикулювання через відсутність спорідненості між іспанською та баскською мовами (на відміну від ситуації між мовами однієї романської групи, каталонської та галісійської) регулюється офіційною постановою Уряду 1989 р. [BOE] і повністю

повертає баскську фонетичну абетку: *El Arenas Club de Getxo*. Така ж ситуація із баскською та каталонською ономастикою, що не підлягає правилам кастильської орфографії: *Gorka Iraizoz, Jesús Íñigo Liceranzu Otxoa, Ager Eketxe, Jon Aurtenetxe, Kepa Arrizabalaga; Francesc Vilanova i Bayo, Xavi Hernández*. Зазначимо, що перше зібрання правління клубу «Барселона» каталонською мовою відбулося лише у липні 1975 р. (за 5 міс. до смерті Ф. Франко, коли цензура та утиснення регіональних мов вже не були такими сильними). Пізніше каталонською мовою почали робити оголошення на стадіоні, з'явилися знамена і гасла.

2. Змістова складова із вказівкою на етнічну приналежність

Серед проаналізованого корпусу газетних статей за 2011–2013 роки та трьох видань, присвячених найвідомішим іспанським футбольним клубам («Реал Мадрид» і «Барселона»), широко розповсюдженою є інформація про міста, автономні округи та країни, з яких походять гравці, або ж метонімічні словосполучення на позначення спільноти тієї чи іншої команди: *el manchego, el canario, el portugués, el argentino, el catalán, el camerunés, el marfileño, el andaluz; cultura azulgrana, emergencia azulgrana, la personalidad azulgrana, los blancos, los merengues; la gent blaugrana*.

Хоча офіційні наймасштабніші газетні видання у своїх публікаціях намагаються уникати провокативних висловлювань і обмежуються лише наданням переваги першочерговому висвітленню тієї чи іншої події (важливо, що сам факт передачі непрямої мови тренерів чи гравців у пресі є виявом соціального акту [10: 272], завданням якого є об'єктивно передати суб'єктивне), авторські книги не вирізняються культивуванням толерантності по відношенню до інших, які зберігають об'єктивність хіба що в цифрах. Цим самим лише доводиться теза, що іспанська нація – це просто абстракція, насправді ж на першому місці стоїть відчуття малої батьківщини [17: 44]: *congoja producida por la sensación íntima de formar parte de un equipo en clara decadencia frente a la pujanza de un Madrid indestructible* [II: 29]; *habla el Madrid una lengua universal, que une pueblos y culturas, una cultura en la que se han escrito algunas de las obras de arte más sublimes que jamás haya forjado en la literatura. A diferencia de otros equipos que, en forma de excluente defienden lenguas minoritarias como señas de identidad, el castellano o español es uno de los tres idiomas más extendidos en el mundo ... Además, lejos de cerrarse a las fronteras del terruño como otros dialectos del latín, es generoso... Por eso es un idioma propio para el Madrid, un equipo que, al igual que la lengua en la que se escribe su historia, es una entidad universal, no local, y evoluciona y se transforma con una vocación cosmopolita* [II: 47].

Як бачимо, протиставлення футбольного *madridismo* VS *barcelonismo* виходить за межі власне спорту: *Si bien para el barcelonismo sería inadmisibile un culé de pura raza que no hablara el catalán, un madridista puede ser pata negra sin necesidad de saber castellano* [II: 48]; *la negatividad que impregna al barcelonismo en general; y luego está ese dialecto (del latín) tan extraño que hablan, que no hay quien lo entienda salvo por aquellas tierras ignotas. Catalán, lo llaman, y está lleno de ininteligibles palabras acortadas y repletas* [23: 189]; *Además el Barça no es español (está feo ahora eso de ser español) sino catalán, y ser catalán siempre ha sido más moderno, claro* [II: 34]; *... podemos decir que el Barça es más europeo que el Real Madrid* [I: 17]; *el Barça, pese a quien pese, es Cataluña* [I: 94]; *Frente a esos chicos guapos salidos de revistas de moda, más bien insulsos, que forman el once del Real Madrid, la plantilla del Barça esta llena de personajes carismáticos, mucho más aptos para aparecer en las páginas de los diarios deportivos* [I: 44]. Пересвідчуємося, що гравці та клуби перебувають в опозиції щодо питань мови, належності до тієї чи іншої автономної області, консерватизму та вірності традиціям.

3. Широкий вжиток слів та словосполучень із галузі спорту у повсякденному житті

Лексику нерідко порівнюють із розсипаною та розташованою в алфавітному порядку оповіддю, де всі іменні частини мови поставлені в називному відмінку, а дієслова в інфінітиві [18: 14]. Одним із завдань соціолінгвістики є співвідношення соціальної варіації із мовними змінами, тобто із сумою змінних фонетичних, морфологічних, лексичних та прагматично-дискурсивних одиниць [16]. Так, слово *pichichi* (маленька качка) було прізвиськом гравця клубу «Атлетік Більбао» Рафаеля Морено Арансادی, спритного і талановитого гравця невисокого зросту (1,56), який був автором першого забитого м'яча на новоствореному стадіоні San Mamés у Більбао. Після цієї перемоги «Атлетік Більбао» 3 роки поспіль (1914–1916) вигравав Кубок Короля. Сьогодні словом *pichichi* називають гравця, який забив найбільше м'ячів протягом тривалості Ліги Іспанії (т. б. найкращий бомбардир), або ж сам трофей. Воротар Рікардо Самора своєю нереввершеною грою спричинив виникнення терміна *zamorana* на позначення спеціальної техніки відбиття корпусом, а його прізвиськом *El Divino* (божественний) сьогодні називають воротарів, які пропускають найменше м'ячів протягом одного сезону. Отримане через характерну розмальовку форми прізвисько «*colchoneros*» (матрасники) переноситься сьогодні не лише на гравців «Атлетіко Мадрид», але й на їхніх вболівальників. Відомі також випадки найменування гравців типовими іспанськими стереотипними прізвиськами на кшталт *El Matador* (Mario Alberto Kempes, Marcelo Salas, Steve Archibald) чи *El Toro* (Roberto Acuña, Mark Hughes).

Наступні приклади теж демонструють розширення поля впливу спортивного дискурсу на інші види, зокрема на розмовно-побутове мовлення: *estar en orsay* (<*off-side*) 'estar distraído'; *casarse de penalti* 'casarse forzosamente, por embarazo de la mujer, a modo de castigo', *meter gol* 'vencer en algo', *quedar en fuera de juego* 'quedar al margen de una actividad o situación', *fair play* 'juego limpio', *meter un gol* 'engañar a alguien', *por goleada* 'por gran diferencia' і *ser un crack* 'un figura, un as'. Власне саме слово *sport*, для прикладу, у виразі *vestir de sport* натякає на неформальний стиль одягу, без надмірної елегантності та витонченості. Процес може бути і зворотнім: так, слово *pañolada* в контексті футбольного змагання означає розмахування хустинками на знак незадоволення грою команди чи висловлення докору тренеру.

Національна ментальність закодована в змісті кожної мови, сама ж мова постає формою, мовним виразом національної ментальності. Національна ментальність шукає собі адекватного вираження в мові [18: 100].

Підсумуємо. Іспанськомовний спортивний дискурс не претендує на те, щоб дати вичерпну характеристику менталітету іспанців, але дає змогу простежити вияви суспільної практики іспанського суспільства. Якщо існують соціальні ролі, що їх виконують різні групи населення (гравці-журналісти-вболівальники), то існує і статусно-орієнтований дискурс (спортивний). Серед його головних особливостей виокремлюємо творення культу гравців та футбольних клубів, широке використання не лише слів національних мов (іспанської разом із баскською та каталонською), а й англійської, насиченість побутової мови спортивною лексикою, акцентування уваги на етнічному походженні гравців, інтердискурсивність.

Перспективним є розгляд соціокультурних ознак на прикладі інших видів іспанського спорту та проведення компаративного дослідження для виявлення соціолінгвістичної маркованості усього іспаномовного спортивного дискурсу.

1. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
2. *Van Dijk T. A.* Discourse as structure and process. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction / T. A. van Dijk. – London : Sage publications, 1997. – Vol. 1. – 186 p.
3. *Fairclough N.* Discourse and Social Change / N. Fairclough. – Cambridge : Polity Press, 1992. – 269 p.
4. *Grzmił-Tylutki H.* Francuska lingwistyczna teoria dyskursu: historia, tendencje, perspektywy / H. Grzmił-Tylutki. – Kraków : Universitas, 2010. – 366 s.
5. *Макаров М. Л.* Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
6. *Ситниченко Л.* Першоджерела комунікативної філософії / Л. Ситниченко. – К. : «Либідь», 1996. – 176 с.
7. *Селиванова Е. А.* Основы лингвистической теории текста и коммуникации: [монографическое учебное пособие] / Е.А. Селиванова. – Киев : Изд-во укр. фитосоциологического центра, 2002. – 336 с.
8. *Синельникова Л. Н.* Дискурсивная матрица гуманитарного пространства нового века / Л. Н. Синельникова // Соціолінгвістичні студії / заг. ред. Л. О. Ставицька. – К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. – С. 63-67.
9. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен: [монографія] / заг. ред. І. С. Шевченко. – Харків : «Константа», 2005. – 355 с.
10. *Вахтин Б. Н.* Социолингвистика и социология языка / Н.Б. Вахтин, Е.В. Головкин. – СПб. : ИЦ «Гуманитарная академия», 2004. – 336 с.
11. *Крючкова Т. Б.* Зарубежная социолингвистика. Германия, Испания / Т.Б. Крючкова, Б.П. Нарумов. – М. : Наука, 1991. – 157 с.
12. *Мацюк Г.* Прикладна соціолінгвістика. Питання мовної політики: навч. посіб. / Г. Мацюк. – Львів : Вид. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009. – 212 с. – (Серія «Мова і соціум», вип. 2).
13. *Сартр Ж.-П.* Бытие и ничто. Опыт феноменологической онтологии / Ж.-П. Сартр. – М. : «Республика», 2000. – 639 с.
14. *Радзівська Т. В.* Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст – соціум – культура – мовна особистість: [монографія] / Т. В. Радзівська. Інститут мовознавства ім. О. П. Потебні НАН України. – К. : ДП «Інформ.-аналіт. агенство», 2010. – 491 с.
15. *Каюа Р.* Людина та сакральне / Р. Каюа. – К. : «Валкер», 2003. – 256 с.
16. *González F. R.* Anglicismos en el mundo del deporte: variación lingüística y sociolingüística / F.R. González [Електронний ресурс]. – Доступно з : <http://www.fundeu.es/files/noticias/anglicismos.pdf>.
17. Испания: анфас и профиль / под ред. В. Л. Верникова. – РАН. Ин-т Европы. М. : Изд-во «Весь мир», 2007. – 480 с.
18. *Ткаченко О. Б.* Мова і національна ментальність (Спроба сучасного синтезу) / О. Б. Ткаченко. – К. : Грамота, 2006. – 240 с.
19. *Гейзинга Ю.* Homo Ludens. Статьи по истории культуры / Ю. Гейзинга. – М. : Прогресс-Традиция, 1997. – 416 с.
20. *Кон И.* К проблеме национального характера / И. Кон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://scepsis.net/library/id_903.html.
21. Resolución de 14 de febrero de 1989, de la Dirección de Relaciones Institucionales y Administración Local, sobre publicidad de los nombres oficiales de los municipios de la Comunidad Autónoma / [Електронний ресурс]. – Доступно з : <http://www.boe.es/boe/dias/1989/04/22/pdfs/A11917-11919.pdf>.
22. *Halliday M.* Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning / M. Halliday. – London : Arnold, 1978. – 256 p.

Використані джерела

- I – *Castro A. G.* 100 Motivos para ser del Barça (y no del Madrid) / A. G. Castro, A. L. Castañeda. Barcelona : Lectio 2012. – 221 p.
- II – *Gil-García González A.* 100 Motivos para ser del Madrid (y no del Barça) / Antonio González Gil-García. – Barcelona: Lectio 2012. – 192 p.
- III – *Torquemada R.* Formula Barça. Viaje al interior de un equipo que ha descubierto la eternidad / R. Torquemada. – Lectio, 2012. – 190 p.
- IV – *RAE: Real Academia Española* [Електронний ресурс]. – Доступно з : <http://www.rae.es/rae.html>.

SOCIOLOGICAL MARKEDNESS OF MODERN SPANISH FOOTBALL DISCOURSE

Valentyna Kotenko

*National Taras Shevchenko University of Kyiv
14 T. Shevchenko Blvd., Kyiv, 01030, Ukraine
valya.kotenko@gmail.com*

The article is devoted to the sociolinguistic aspect of modern sport discourse based on the material of Spanish football. We analyzed the implementation of the social nature of the phenomenon of sports and games and established basic attributes that enable specific units of language to demonstrate their sociolinguistic nature in the media articles and popular science publications. These are: the usage of foreign words in proper and common names, reference to ethnicity, penetration of the set football expressions into the field of everyday communication with changed connotation.

Key words: discourse, sports discourse, discursive practice, social markedness, sociocultural context.

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ МАРКИРОВАННОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ИСПАНОЯЗЫЧНОГО ФУТБОЛЬНОГО ДИСКУРСА

Валентина Котенко

*Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко
бульв. Т. Шевченко, 14, Киев, 01030, Украина
valya.kotenko@gmail.com*

Статья посвящена характеристике социолингвистического аспекта современного спортивного дискурса на материале испанского футбола. Проанализировано воплощение социальной природы феномена спорта и игры. Выделены основные параметры, по которым конкретные единицы языка демонстрируют свою социолингвистическую маркированность в статьях периодики и научно-популярных изданиях: использование иностранных слов среди собственных и нарицательных имен, указание на этническую принадлежность, проникновение стойких футбольных выражений в сферу повседневной речи с изменением коннотации.

Ключевые слова: дискурс, спортивный дискурс, дискурсивная практика, социальная маркированность, социально-культурный контекст.

Стаття надійшла до редколегії 18.09.2014
Прийнята до друку 13.11.2014.