

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Навчально-науковий інститут філології  
кафедра романської філології

**СУБ'ЄКТИВНА МОДАЛЬНІСТЬ У СУЧАСНОМУ  
ІСПАНОМОВНОМУ ФУТБОЛЬНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ  
ГАЗЕТИ *LA MARCA*)**

**Кваліфікаційна робота**  
на здобуття ОС «бакалавр»  
студента IV року навчання  
галузі знань 03 «Гуманітарні науки»,  
спеціальності 035 «Філологія»,  
спеціалізації 035.051  
«Романські мови та  
літератури (переклад включно),  
перша – іспанська»,  
ОП «Іспанська мова та переклад,  
англійська мова та друга романська  
мова»,

**Павла НАУМИЧА**

**Науковий керівник:**  
к.філол.н., доцент кафедри  
романської філології  
**Людмила АРТЕМОВА**

**Рецензент:**  
к.філол.н., доцент кафедри  
романської філології  
**Олена БРАТЕЛЬ**

«Допущено до захисту»  
Протокол № 9 засідання кафедри  
романської філології від 19 квітня 2024  
Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ **Ірина СИТДИКОВА**

## АНОТАЦІЯ

Це дослідження фокусується на вивченні унікальних характеристик іспаномовного футбольного дискурсу, який має важливе культурне та лінгвістичне значення в іспаномовних країнах, зокрема в Іспанії. Основна мета - проаналізувати засоби суб'єктивної модальності в цьому дискурсі, зосередивши увагу на емоційно маркованих висловлюваннях, які використовують мовці в публікаціях іспаномовного спортивного видання «La Marca». Для досягнення цієї мети в дослідженні поставлено кілька завдань: розглянути сучасні визначення дискурсу, спортивного дискурсу та футбольного дискурсу; визначити особливості, характерні для іспанського спортивного та футбольного дискурсу; дослідити поняття модальності, як суб'єктивної, так і об'єктивної; зібрати приклади, що демонструють суб'єктивну модальність через позитивні та негативні оцінки, впевненість та припущення.

Використовуючи метод суцільної вибірки з іспанської спортивної газети «La Marca», у дослідженні ретельно проаналізовано та відібрано ілюстративні джерела, які виражають різні суб'єктивні оцінки (позитивну, негативну, вираження впевненості автора) та інтенсифікацію значення. Для аналізу цих прикладів застосовано описовий і порівняльний методи, що дозволяють виявити спільні риси у використанні суб'єктивної модальності. Результати дослідження виявляють найуживаніші засоби вираження суб'єктивної модальності в іспаномовному футбольному дискурсі та надають порівняльну характеристику. Було визначено, що у публікаціях газети «La Marca» більшу частину займають засоби, що виражають позитивну оцінку.

**Ключові слова:** дискурс, футбольний дискурс, модальність, суб'єктивна модальність, оцінка, інтенсифікація.

## ABSTRACT

This study focuses on the unique characteristics of Spanish-language football discourse, which has important cultural and linguistic significance in Spanish-speaking countries, particularly in Spain. The main goal is to analyze the means of subjective modality in this discourse, focusing on emotionally marked expressions used by speakers in the publications of the Spanish-language sports publication «La Marca». To achieve this goal, the study has several objectives: to review current definitions of discourse, sports discourse and football discourse; to identify the specific features of Spanish sports and football discourse; to explore the concept of modality, both subjective and objective; to collect examples that demonstrate subjective modality through positive and negative evaluations, confidence and assumptions.

Using the method of continuous sampling from the Spanish sports newspaper «La Marca», the study analyses and selects illustrative sources that express different subjective evaluations (positive, negative, author's confidence) and intensification of meaning. Descriptive and comparative methods are used to analyze these examples, which allow us to identify common features in the use of the subjective modality. The results of the study reveal the most commonly used means of expressing the subjective modality in Spanish-language football discourse and provide a comparative description. It has been determined that in the publications of the newspaper «La Marca» the majority of the means of expressing positive evaluation are used.

**Keywords:** discourse, football discourse, modality, subjective modality, evaluation, intensification.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. МОДАЛЬНІСТЬ У ІСПАНОМОВНОМУ СПОРТИВНОМУ ДИСКУРСІ</b> .....	9
1.1. Футбольний дискурс як особливий вид спортивного іспаномовного дискурсу .....	14
1.2. Поняття модальності та її загальна характеристика.....	18
1.3. Роль суб'єктивної модальності в іспаномовному футбольному дискурсі.....	21
Висновки до першого розділу .....	24
<b>РОЗДІЛ 2. ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ СУБ'ЄКТИВНОЇ МОДАЛЬНОСТІ В ІСПАНОМОВНОМУ ФУТБОЛЬНОМУ ДИСКУРСІ</b> .....	26
2.1. Оціночна компонента у створенні суб'єктивної модальності .....	27
2.1.1. Позитивна оцінка та вираження припущення в публікаціях газети «La Marca» .....	28
2.1.2. Вираження негативної оцінки.....	33
2.2. Інтенсифікація значення засобами суб'єктивної модальності .....	37
Висновки до другого розділу.....	41
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	43
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	46
Список довідкових джерел.....	50
Список ілюстративних джерел.....	50
<b>Resumen</b> .....	54

## ВСТУП

Сьогодні дослідження поняття дискурсу та його характеристик і видів займає одне із основних місць у мовознавстві, адже саме поняття дискурсу є надзвичайно багатограним, своєрідним та вивченим не до кінця. Оскільки людська спільнота знаходиться у постійному русі та розвитку, з'являються нові явища, події та реалії, які безпосередньо впливають на мову – динамічне та непостійне поняття. Таким чином, у мові з'являються нові лексеми, деякі виходять із ужитку, а деякі змінюють своє значення, адже мова повинна відповідно реагувати на такі зміни. Так само унаслідок глобалізації та взаємопроникнення мов між собою відбуваються структурні зміни у конкретних мовах світу, а також з'являються нові мови.

Усі ці чинники безпосередньо впливають на формування дискурсу та зміни уже існуючих його рис, адже це поняття напряму пов'язано із соціумом та його життєдіяльністю. На сьогодні дискурс вважається процесом передачі інформації між мовцями із залученням екстралінгвістичних чинників, результатом котрого виступає зв'язний текст. Також варто додати, що дискурс є об'єктом дослідження великої кількості наук сьогодні, адже кожна із них звертає увагу на різноманітні особливості цього поняття та вивчає його різними методами.

Надзвичайно широке коло вчених (М. Фуко, Дж. Лакофф, Дж. Свейлз, Т. ван Дейк, М. Ляпон, О. Селіванова, П. Селігей, Н. Непійвода, О. Ільченко, В. Котенко) займались вивченням дискурсу, визначенням цього поняття, виокремленням його основних видів та виведенням головних характеристик кожного типу дискурсу. Звідси можемо і простежити існування великої кількості видів дискурсу: медійного, релігійного, юридичного, політичного, медичного, спортивного тощо.

Спорт завжди був надзвичайно актуальним соціокультурним явищем і на початках ХХІ століття набрав неабиякої популярності: люди масово почали спостерігати за спортивними подіями, займатись різноманітними видами спорту, читати та створювати новини, книги та спортивну періодику тощо. Спорт був у всіх на устах, а отже виокремився і новий, окремий вид дискурсу – спортивний.

Основним завданням цього дискурсу є передача інформації спортивної тематики між мовцями та їх залученість до процесів, які стаються у світі спорту.

Дуже цікавими та особливими є жанри та стилі спортивного дискурсу, художні засоби, які застосовують мовці, особлива термінологія і експресивність без якої цей вид дискурсу не існував би, адже саме поняття спорту важко уявити без емоційності, жаги до перемоги, напруженості та атмосфери конкуренції. Також варто зазначити, що сфера журналістики тісно пов'язана зі спортом, адже як і будь-яке популярне у соціумі явище, спорт знаходиться у центрі діяльності журналістів. Фахівці створюють спортивні інтерв'ю, пишуть книги про відомих діячів спорту, коментують матчі, створюють прогнози, аналітику тощо. Однак, на нашу думку, спортивний дискурс не можна назвати підвидом дискурсу мас медіа чи його складовою, адже цей вид дискурсу відрізняється своїм специфічним спрямуванням, своєрідними засобами передачі інформації та тематикою насамперед.

Футбол сміливо можна назвати «королем» спорту, адже ним цікавляться буквально усюди, а футбольний вид спортивного дискурсу варто виокремлювати з-поміж інших. Визначальною характеристикою футбольного виду дискурсу є створення мовцем особливої атмосфери шляхом залучення засобів модальності, зокрема суб'єктивної. Таким чином, адресант безпосередньо залучує реципієнта до подій, які відбуваються на футбольному полі, а також виражає власні емоції та ставлення щодо гравців, клубів та їх ігор підігриваючи інтерес публіки. Усе це може відбуватись як і в усній формі (інтерв'ю, трансляції матчів, футбольні коментарі), так і в писемній (статті у газетах, періодичних виданнях, сайтах), що залучує ще більшу аудиторію до футболу цією різноманітністю каналів сприйняття інформації.

**Актуальність** дослідження полягає у тому, що футбольний дискурс є надзвичайно популярним в іспаномовних державах та самій Іспанії, а отже вивчення його рис сприяє кращому розумінню функціонування іспанської мови та впливу на неї різноманітних соціокультурних чинників.

**Мета** дослідження полягає у детальному аналізі засобів суб'єктивної модальності в іспаномовному футбольному дискурсі задля віднаходження найефективніших емоційно маркованих засобів, які використовують мовці та визначення їх характеристик.

Досягнення вищезазначеної мети передбачає розв'язання низки конкретних завдань:

- розглянути сучасні підходи до визначення понять «дискурс», «спортивний дискурс» та «футбольний дискурс»;
- визначити характерні особливості спортивного та футбольного іспаномовного дискурсу;
- розглянути поняття модальності та її видів (суб'єктивної і об'єктивної) і визначити основні засоби суб'єктивної модальності;
- добрати корпус прикладів вживання засобів вираження суб'єктивної модальності на позначення позитивної і негативної оцінки мовця, його впевненості чи припущення щодо висловлюваного;
- визначити засоби інтенсифікації значення висловлювання суб'єктивної модальності;
- здійснити аналіз корпусу прикладів з метою визначення продуктивних та частотних моделей вживання засобів суб'єктивної модальності в іспаномовному футбольному дискурсі публікацій газети «La Marca».

**Об'єктом** дослідження виступає іспаномовний футбольний дискурс з його характерними особливостями.

**Предмет** дослідження – засоби суб'єктивної модальності у прикладах із статей іспаномовного футбольного дискурсу видання «La Marca».

Під час проведення дослідження ми звернулись до *методу суцільної вибірки* з метою повного та детального огляду ілюстративних джерел із публікацій іспаномовного футбольного видання «La Marca» та відбору прикладів, у яких виражено позитивну оцінку, припущення, негативну оцінку та інтенсифікацію значень. Також було застосовано *описовий та компаративний метод* задля розгорнутого аналізу відібраних прикладів та виведення

найуживаніших засобів суб'єктивної модальності, які виражають оцінку мовця, а також їх порівняння між собою.

**Практичне значення** дослідження полягає у тому, що його матеріали можна використовувати у подальшому аналізі спортивного дискурсу, зокрема футбольного, а також вивченні емоційно маркованих засобів суб'єктивної модальності, які виражають ставлення мовця до змісту висловлюваного.

**Структура** роботи містить вступ, 2 розділи, висновки, список використаних джерел – 39, список довідкових джерел – 2, список ілюстративних джерел – 40. Загальний обсяг роботи становить 58 сторінок, із яких 37 – основний текст.

## РОЗДІЛ 1. МОДАЛЬНІСТЬ У ІСПАНОМОВНОМУ СПОРТИВНОМУ ДИСКУРСІ

За останні кілька десятиліть зросло значення досліджень, що вивчають мовний зміст дискурсу у контексті різноманітних мовленнєвих ситуацій, інтра- та екстралінгвістичних впливів, семантичного аналізу та функціональності мови в різних стилях. Термін «дискурс» використовується для опису комунікативного сценарію як у письмовому, так і в усному мовному контексті [2, с.65]. Загалом було встановлено, що дискурс є текстом у широкому розумінні цього поняття, адже сам дискурс так само містить широковживані мовленнєві засоби, структури та тропи. Він створюється залежно від місця, простору і ситуації, в якій перебуває мовець, а також його основною ціллю є донести якусь думку чи інформацію до адресата, вплинути на його сприйняття навколишньої дійсності, збагатити його світобачення тощо.

Багато лінгвістів вважають дискурс «зануреним у життя», тобто таким, що повністю пов'язане із усіма сферами життєдіяльності людини та вивчається разом із цими сферами. Наприклад Т. ван Дейк окремо виділяє соціокультурну складову в дискурсі, вважаючи, що усі його види по суті мають пряме відношення до соціальних та культурних практик [39, с. 30]. Таким чином, дискурс – це не просто якесь певне мовне утворення, що за своєю структурою та особливостями ширше за речення, а повністю соціокультурний феномен. На думку С. Мойсеєнко це результат взаємодії усіх учасників комунікаційних ситуацій, що відбуваються між людьми на усіх їх етапах, яке здатне самостійно створювати похідні ментальні, психологічні та культурні явища і ефекти [14, с.1].

Надзвичайно цікавими та цінними є думки вітчизняних науковців щодо поняття дискурсу. Так наприклад О. Селіванова стверджує, що дискурс це текст, який твориться на основі різних фонових чинників (психологічних, онтологічних, соціокультурних і т.д.) [41, с. 119]. Т. Космеда вважає, що дискурс це надзвичайно складне явище у лінгвістичній науці, яке є результатом мовлення, продукованого людьми та пов'язаного із певними стереотипами, мовленнєвими ситуаціями, ментальністю, психологічними особливостями,

історією тощо [10, с.14-15]. В. Котенко акцентує увагу на соціальній складовій дискурсу, підкреслюючи, що дискурс твориться із соціального контексту, а також безпосередньо впливає на зміни, які походять із цього ж самого контексту. Таким самим чином, людське суспільство та культура загалом набувають певних характерних рис від дискурсу, яким послуговуються, а також самі беруть пряму участь у його створенні [12, с. 214].

На сьогоднішній день термін «дискурс» має різні конотації, викликаючи дискусії щодо типології, структури та питань, що стосуються цієї теми. Така широка полеміка насамперед пов'язана із міждисциплінарною природою дискурсу, котра містить особливості мовознавства, соціології, етнографії, прагматики, стилістики, філософії тощо [12, с. 213]. Науковці виділяють кілька типів дискурсу, зокрема політичний, правовий, релігійний, спортивний, науковий, художній та інші. Однак варто відзначити, що проблема вивчення поняття дискурсу ускладнюється і тим, що на його формування мають вплив різноманітні зміни, що трапляються у світі: з'являються нові поняття та явища, виникають нові актуальні теми та події, що вимагають детального опису та обговорення. Мова ж, у свою чергу, реагує на ці виклики постійно формуючи нові види дискурсу та модифікуючи визначальні риси уже існуючих. У сучасній лінгвістичній науці мовознавці розглядають мову не як якийсь конкретний знак, а саме загострюють увагу на процесі її функціонування у конкретних ситуаціях. Це усе відбувається, адже сучасний дискурс, як і мова, є надзвичайно динамічним явищем, що постійно розвивається та набуває нових рис [12, с. 214].

Аналізуючи футбольний іспаномовний дискурс, а також застосування засобів суб'єктивної модальності в ньому, варто визначити поняття спортивного дискурсу як такого та виокремити його особливості, адже форми цього виду дискурсу повністю відрізняються від усіх існуючих сьогодні. Насамперед варто зазначити про соціокультурну складову спортивного дискурсу, адже масова зацікавленість людей у спорті останнім часом зумовила виникнення цього типу дискурсу як окремого виду та, як результат, було сформовано визначальні особливості спортивного дискурсу. Цей вид дискурсу досліджують засобами

різноманітних підходів та напрямів, що спричинює виникнення великого жанрового різноманіття із відповідними характерними особливостями. Так, за загальноновживаною класифікацією видів спортивного дискурсу розрізняють телевізійний спортивний дискурс, газетний, радіо дискурс, інтернет дискурс [2, с. 66], а також можна включити специфічні вузчі поняття, що формуються на основі видів спорту, що описуються: футбольний, хокейний, баскетбольний тощо. Жанрове різноманіття спортивного дискурсу є надзвичайно багатим. Так, наприклад, В. Котенко виділяє [11, с.189]:

- спортивне інтерв'ю;
- репортажі;
- інтернет блоги;
- спортивні новини;
- коментарі;
- огляди;
- прес-конференції;
- рекламу;
- передачі по радіо.

Деякі жанри спортивного дискурсу також мають характерні риси рекламного, адже можуть імпліцитно чи експліцитно заохочувати адресата звернути увагу, або вболівати за ту чи іншу команду, спортсмена, збірну тощо.

Варто зазначити, що цей вид дискурсу вирізняється з-поміж інших і варіативністю свого походження, адже може творитись не лише журналістами, коментаторами, репортерами, а й тренерами, гравцями, поціновувачами спорту, вболівальниками та будь-ким, чия діяльність асоціюється зі спортом. Важливою особливістю цього виду дискурсу є його спорідненість з мас-медіа, адже, по своїй суті, спортивний дискурс є продуктом ЗМІ та існує в цій самій площині, однак спортивний дискурс потрібно чітко відділяти від публіцистичного, хоч і обидва мають певні спільні риси [11, с. 189-190]. Спортивний дискурс на відміну від дискурсу мас-медіа включає у себе весь спектр соціальної комунікації між людьми, а також стосується більш вузкої сфери людської життєдіяльності.

Основним завданням цього виду дискурсу є висвітлення актуальних подій та новин у світі спорту, надання коментарів щодо дій гравців, аналізу ігрових ситуацій, надання власної оцінки певним діям професіоналів, висвітлення своїх думок та поглядів. Спільною ознакою ж обох видів може слугувати те, що автор є членом конкретного соціуму і відповідно буде відображати інформацію згідно із особливостями цього ж кола людей [20, с.16]. Отже, можемо розрізнити основні функції спортивного дискурсу:

- інформативна;
- функція впливу на реципієнта;
- функція оцінки;
- критична;
- аксіологічна;

В. Котенко стверджує, що тональність у цьому виді дискурсу продиктована визначеним відношенням між автором та читачем через засоби і канали писемного мовлення [12, С. 215]. Однак, не слід забувати і за те, що при творенні спортивного дискурсу задіюється також і усне мовлення (наприклад, при коментуванні матчів наживо спортивними журналістами).

Надзвичайно цікавим спортивний дискурс є у питанні лексичного наповнення, адже на відміну від багатьох інших, у цьому виді дискурсу переважає специфічна спортивна термінологія (*foul; penalti; pass; gol*), фразеологізми (*ser un héroe del partido; sacar tarjeta amarilla*), власні назви («*Cadiz*»; «*Liverpool*»; «*Bavaria*»; «*Chelsea*»; «*Dynamo*»), запозичення (*corner; offside; goalkeeper; catenaccio*), неологізми (*barça; derby*), метафори (*gol en propia meta*) тощо. Ця лексична особливість вирізняє спортивний дискурс з-поміж інших та робить його особливим із точки зору лінгвістики.

Ще однією визначальною характеристикою спортивного дискурсу є його поєднання із іншими видами. Так, наприклад, різні дослідження, праці, розвідки та методологічні збірники напряму поєднані із науковим; встановлення чітких норм та правил, за порушення яких накладаються санкції – із юридичним; різноманітні художні тексти спортивної тематики, описи змагань та матчів – із

художнім; репортажі, інтерв'ю, публікації в газетах – із публіцистичним; спортивні посібники та підручники – із педагогічним [37, с. 187].

Також спортивний дискурс демонструє різні форми вираження залежно від виду та формату мовлення у ЗМІ. Так, наприклад у друкованих виданнях спортивні журналісти можуть обміркувати усі деталі та події і висвітлити їх у такому ключі, який буде цікавий аудиторії та сприйматиметься нею. Коли мова ж іде про коментування чи репортажі у прямому ефірі, то завдання професіонала тут уже дещо складніше – потрібно формувати свій дискурс спонтанно (шукати фрази, які найкраще підходять до ситуації) вчасно та вдало реагуючи на події навколо, які різко змінюються [38, с. 572].

Говорячи про модальність у спортивному дискурсі, то ця лінгвістична категорія займає одне із центральних місць у ньому. Спорт завжди насичений неоднозначними моментами, які можуть трактуватись по-різному; емоційними потрясіннями; критикою; тріумфами; сенсаціями, а отже перед мовцями (суб'єктами мовлення), що працюють із спортивним дискурсом стоїть завдання насамперед виразити своє бачення щодо реальності, яка їх оточує [6, с. 31]. Вираження цього бачення чи точки зору щодо якоїсь події відбувається засобами модальності, а у більшості випадків саме суб'єктивної. Експресія та емоційне забарвлення дискурсу, котрий твориться мовним суб'єктом найвлучніше передає події, які відбуваються на екранах телевізорів, спортивних полях, полігонах, спортивних залах тощо. За допомогою засобів модальності мовець може заохотити адресата звернути увагу на того чи іншого спортсмена або команду, підкреслити значення блискучої перемоги або нищівної поразки, проаналізувати перспективи та спрогнозувати подальший розвиток подій навколо певної теми.

Велику роль у творенні модальності в спортивному дискурсі грають так звані дискурсивні слова. Це *модальні маркери*, які виражають ставлення мовця до інформації, котру він повідомляє [6, с. 31]. Ю. Невська вважає, що дискурсивні слова (*obviamente; por desgracia; afortunadamente; posible; por cierto; por supuesto*) мають на меті уточнити певну точку зору, направити її в русло, вигідне адресанту, а також виразити емоції мовця щодо якоїсь події;

зобразити його підхід до викладення якоїсь думки; описати іншу особистість (її зовнішність, характер, емоційний стан) тощо [15, с. 84]. Сьогодні спортивний дискурс, представлений друкованими ЗМІ, перебуває під впливом різних чинників, зокрема редакційних настанов та організаційної структури кожного видання, які суттєво відрізняються. Географічний і соціокультурний контексти експресивності та застосування модальності значно відрізняються залежно від країни чи регіону, а також від конкретної аудиторії, на яку орієнтується кожна медіа-платформа [32, с. 17].

Отже, спортивний дискурс є надзвичайно своєрідним та цікавим явищем у лінгвістиці. Цей вид дискурсу відрізняється від інших своєю суб'єктивністю та емотивністю, адже незважаючи на основне покликання спортивного дискурсу (донести інформацію до адресата щодо якоїсь події у світі спорту), його творення відбувається через призму ставлення і думок мовця до того чи іншого явища. Спортивні коментатори, журналісти, репортери, гравці, тренери виражають своє ставлення до певної події через засоби модальності, водночас викладаючи сам її зміст слухачеві чи читачеві, адже неможливо емоційно та оцінно нейтрально викласти факти у сучасному спорті, який переповнений блискучими перемогами, фатальними поразками, чи кульмінаційними моментами.

### **1.1. Футбольний дискурс як особливий вид спортивного іспаномовного дискурсу**

Футбол давно став одним із найпопулярніших видів спорту у світі: ним захоплюються на усіх континентах, його грають у кожному дворі, трансляції футбольних матчів збирають мільярди переглядів, найяскравіші зірки різних футбольних клубів на вустах у всіх. Цей надзвичайно захоплюючий вид спорту є особливо популярним в Іспанії, яку також називають футбольною нацією. Можна впевнено стверджувати, що на Піренейському півострові футбольний дискурс є основним. Таким самим чином, враховуючи соціокультурні особливості іспанського менталітету можна простежити, що футбольний дискурс є особливо яскраво виражений засобами модальності, а зокрема і суб'єктивної у цій країні.

Загалом футбольний дискурс, як і спортивний, насичений особливою термінологією, що притаманна цьому виду спорту. Великий вплив на формування футбольної лексики мають англіцизми, адже футбол зародився саме на Британських островах. Такі слова як *goalkeeper, foul, corner, offside, dribbling, fint, forward* уже давно ввійшли в словники усіх мов світу та широко використовуються на практиці. Характерною особливістю лексики футбольного дискурсу є також введення засобів метонімії [12, с. 217] та метафори, що використовуються при описі команди або її фанатів: *los blaugranas (синьо-гранатові) – гравці «Барселони»; los blancos (вершкові) – прихильники клубу «Реал Мадрид»; los colchoneros (матрацники) – гравці та прихильники клубу «Атлетіко Мадрид»; el Submarino Amarillo (жовта субмарина) – клуб «Вільярреал»; la Furia Roja (Червона Фурія) – збірна Іспанії по футболу.*

Іспанська преса та засоби масової інформації здебільшого висвітлюють події, котрі відбуваються у футбольному світі у манері, притаманній іспанському менталітету – емоційно, багатослівно та часто вдаючись до провокативних висловлювань. Наприклад ось так порівнюється сприйняття поразки двома різними тренерами у одній із статей газети «*La Marca*»: «*Un señor Pep Guardiola y un forofo maleducado Xavi Hernández. Las excusas en la derrota afean la figura de un entrenador como el azulgrana que cada vez es más noticia por sus malas formas, sus exageradas protestas, su récord de expulsiones y su mal comportamiento acosando a árbitros y asistentes durante y después de los partidos, incluida la sala de prensa. Bien haría Xavi en fichar un asesor de imagen, porque la imagen de Xavi es la imagen del Barcelona. Podría preguntar a Guardiola. Saber perder en el deporte es tan importante como saber ganar. Y ahí Xavi está fallando*» (8). Нерідко застосовуються фрази, що характерні для футбольного дискурсу, але котрі водночас підживлюють напругу та агресію як серед фанатів на стадіоні, так і серед глядачів чи слухачів. Інколи навіть вибухають цілі конфлікти та сутички через рішення суддів, або тренерів чи офіційних осіб не лише на стадіоні, а й за його межами [34, с.87]. Прихований зміст деяких висловлювань футбольного дискурсу свідчить про те, що цей вид дискурсу певною мірою і пронизаний

негативною емоційністю, яка імпліцитно спонукає глядача чи слухача святкувати перемогу своєї команди чи поразку ворога в агресивній манері, що може також призвести до конфліктів [34, с. 92]. Наприклад, іноді надмірна захопленість фанатами своїм клубом та емоційна реакція на гол чи поразку призводить і до відкритого расизму. Прикладом цькування гравців на футбольному полі та за його межами можуть слугувати неодноразові образи від фанатів клубів суперників у сторону гравця клубу «Реал Мадрид» Вінісіуса Джуніора. Гравцеві не раз погрожували футбольні фанати через його колір шкіри, з приводу чого футболіст неодноразово відмовлявся виходити на поле чи покидав його раніше інших. Однак, це не завадило йому показувати надалі хороші результати та боротись із расизмом: «*Soy fuerte e iré hasta el final contra los racistas. Aunque sea lejos de aquí*» (32). Загалом упередженість щодо етнічності чи раси простежується у дискурсі, розвиток якого тісно пов'язаний із історичними процесами. Так, до прикладу до гравців арабського походження довгий час ставились із насторогою в іспанському футболі, трактуючи їх як ворогів [30, с. 1117]. Хоч і з початку XXI століття футбольна спільнота бореться із проявами дискримінації відсторонюючи окремих гравців від матчів та змушуючи платити штрафи, це явище досі спостерігається у соціальних мережах та й на футбольному полі у прихованих формах [26, с. 416].

Футбольний дискурс може і навпаки об'єднувати суспільство та виступати потужним консолідуючим чинником. Так, наприклад, після перемоги у Чемпіонаті Світу 1998 року французьке суспільство як ніколи почало не лише захоплюватись футболем (з'явилися передумови для формування нових професіоналів, інтелігенція почала висвітлювати цей вид спорту у своїх роботах, сформувались нові клуби), а й об'єдналось у спільних святкуваннях тріумфу національної збірної. Сьогодні ж у Франції футбол знаходиться не лише на вустах у всіх, а є глибоко інтегрованим у суспільне життя [31, с. 2-3]. Футбол також можна вважати одним із чинників культурного становлення нації та її історичної взаємодії із іншими державами. Наприклад протистояння збірних

Сполучених Штатів та Мексики, чи Аргентини та Англії мають неабияке значення, зумовлене історичними чинниками розвитку цих країн [33, с. 240-241].

Найгарячішим та традиційним для іспанського футболу є протистояння між столичним «королівським» клубом «Реал Мадрид» та каталонською «Барселаною», яке називають «El Clásico». Такі матчі є відображенням не лише зіткнення в спорті лідерів іспанського футболу, а й підтверджують, що футбольний спортивний дискурс тісно пов'язаний із соціокультурними та історичними чинниками у суспільстві, адже конфлікт між Каталонією із її бажанням відокремитись, та урядом Іспанії, котрий прагне зберегти цілісність держави, тягнеться десятиліттями і не згасає сьогодні.

Ще однією характеристикою футбольного дискурсу є його динамічність та швидкоплинність, адже події дев'яноста хвилин основного часу футбольного матчу дуже часто розвертаються із блискавичною швидкістю. Журналісти, що коментують футбольні матчі мають володіти чудовими імпровізаторськими здібностями задля ефективного та послідовного виконання роботи у прямому ефірі [34, с.88]. Таким чином, виокремлюється ще одна особливість футбольного спортивного дискурсу: ширше застосування простих односкладних речень, ніж складних у зв'язку із необхідністю мовця вкладатись у певні часові рамки. Складні ж речення вживаються, коли виникає ціль доповнити уже сказану інформацію, розширити її чи пояснити ситуацію, що виникла. Найпоширенішими серед простих речень у випадку футбольного дискурсу виділяються номінативні («*Que momento!*»; «*Gol!*»; «*Pérdida!*»; «*Que interceptación!*») та безособові («*¡El balón perdido en el centro del campo!*»; «*La sustitución fue justificada*»), що виражають емоційно-оцінну характеристику події [2, с.67-68]. Складні речення частіше трапляються у футбольній спортивній періодистиці (друковані видання, газети, журнали, інтернет блоги тощо) та мають на меті описати гравця, тренера або подію на футбольному полі ширше та з аналітичної точки зору.

Фонові знання є надзвичайно важливими у футбольному дискурсі задля ефектнішого введення аудиторії у події та естетику матчу. Коментатори

футбольних матчів вдаються до ліричних відступів при наданні певних коментарів задля кращої аргументації та формування власного бачення на конкретну подію: «*El Barcelona se adelantó merecidamente en el descanso gracias a la portería de Gundogan y el Real Madrid no ha aparecido hasta ahora. Ancelotti tiene mucho trabajo en el descanso*» (4). Фахівці часто надають глибшу інформацію про статистику гравців чи історію і походження клубів задля підтвердження своїх аргументів або надання прогнозів.

Таким чином, можемо спостерігати взаємозв'язок між мовними, культурними та соціальними складовими у іспаномовному футбольному дискурсі. Цей особливий вид спортивного дискурсу не лише відображає факти та інформацію щодо певної події чи рішення на футбольному полі, а й яскраво описує швидкоплинність, запал, інтенсивність цього виду спорту через бачення мовця та його мовлення. Зі свого боку адресат може надавати цьому дискурсу більшої експресивності, оцінки, емотивності через різноманітні засоби суб'єктивної модальності, типи речень, словосполучення та конструкції. Не можна і забувати про чутливість цього виду дискурсу до історико-культурного контексту та менталітету аудиторії, котра користується ним та водночас і формує.

## **1.2. Поняття модальності та її загальна характеристика**

Загалом у мовознавстві категорія модальності визначається, як одна із базових та така, що безпосередньо формує значення висловлення. Головним чином, модальність та її емоційно-поняттєве забарвлення залежить від контексту, а проблема вивчення її змісту, обсягу і засобів вираження є ключовою у сучасній лінгвістичній науці [8, с.27]. Це, у свою чергу, дає змогу по-новому та по-різному розглядати структуру речення як основну одиницю синтаксису та як головну одиницю спілкування. Варто також згадати, що основним завданням модальності є виокремлення певних значень мовних одиниць у процесі комунікації.

Сьогодні науковцями ще не встановлено єдиної та точної точки зору на визначення категорії модальності. Мовознавці визначають її як граматичну,

лексичну, синтаксичну, семантичну чи функціональну [8, с.27]. Це твердження є закономірним та логічним, адже модальність вважається доволі невизначеним поняттям, яке зазвичай лише відображене, а не строго визначене в більшості наукових робіт, як набір певних потенційних значень, котрі можуть мати ті чи інші модальні дієслова, вирази чи конструкції [27, с.21]. В. Охріменко аналізує модальність як граматично-дискурсивне чотирьохрівневе поняття, адже задля ефективного виведення поняттєвих взаємовідношень у модальних висловах та виразах потрібно описати способи створення модальних висловів враховуючи екстралінгвістичні елементи, параметри мікротексту та позамовної ситуації [17, с. 3]. Це поняття складається із когнітивно-семантичного поля, модального поля, модального значення та функціонально-семантичних варіантів реалізації модальності. Virізнюються модальні поля достовірності, імовірності, можливості та необхідності. Через модальні значення одиниці модальності з'єднуються із модальним полем [там само, с.12-13]. Мовознавці поділяють думку про те, що усі речення в мові так чи інакше включають у себе модальність – прямо чи опосередковано, хоч і проблема визначення поняття, рамок, класифікації цього поняття залишається дискусійною [5, с. 121]. Ми погоджуємось із твердженням Ю. Шепеля про те, що модальність – це лінгвістична категорія, яка відображає ставлення суб'єкта мовлення до дійсності, яку він описує [22, с.187]. М. Ампаро стверджує, що модальність це явище, котре виражається у мовних формах, однак, яке водночас є когнітивним феноменом [36, с. 568].

Цікавим є трактування поняття модальності запропоноване французьким мовознавцем Ш. Баллі щодо модусу і диктуму. Диктум, за поясненням вченого, виражає значення висловлювання, а модус – суб'єктивне ставлення мовця до диктуму. Модальність, на думку науковця, може бути прихованою та явно вираженою, а відношення між модусом та диктумом виражається шкалою, на одному кінці якої – експліцитність, а на іншому – імпліцитність, у котрій модальність включена у диктум. Модальні слова за Ш. Баллі – імпліцитні морфологічні прояви модальності [25, с. 44-46]. Також модальні одиниці або

слова у більшості науковців вважаються як частина мови, що втратила пряме значення і використовується як засіб для опису модальності. Ці засоби можуть містити як суб'єктивне ставлення мовця до висловлювання (впевненість, невпевненість, оцінка, схвалення, засудження, підсилення ефекту мовлення), так і об'єктивне сприйняття дійсності.

Ця невизначеність щодо поняття модальності та характерних ознак цього концепту також зумовлена й тим, що її вивчення потребує комплексного та повного аналізу висловлювання згідно із особливостями кожного розділу мовознавства. Характеристика модальності полягає в тому, що модальні значення не завжди виражаються маркерами, які належать одному рівневі. Семантика модальності виявляється через засоби, що описуються у морфології, синтаксисі, фонетиці та лінгвістиці тексту [4, с.29].

Однак, загалом виокремлено два типи модальності відповідно до їх змісту: суб'єктивна – виражає ставлення суб'єкта до висловлюваної ним інформації; та об'єктивна, яка визначає зв'язки висловлювання із дійсністю (можливі, дійсні та необхідні).

Об'єктивна модальність нерозривно пов'язана з категорією часу, демонструючи відмінності у часовій визначеності та невизначеності. Основним засобом створення ефекту об'єктивної модальності є категорія способу дієслова [4, с.30]. Також значення, пов'язані з об'єктивною модальністю, систематично організовані через опозиції, які проявляються в граматичній парадигмі речення.

Визначною характеристикою концепту модальності є і те, що специфіка модального плану мовленнєвого вираження найбільш очевидно пов'язана з людським фактором. Категорія модальності дозволяє виявити суб'єктивне ставлення мовця до змісту висловлювання, реалізуючи при цьому комунікативні та прагматичні функції текстової структури. Кожне висловлювання, яке мовними засобами передає ставлення мовця до дійсності, обов'язково має свій модальний статус. Таким чином, можна стверджувати, що модальність є ключовою рисою висловлювання у вузькому розумінні, та дискурсу – загалом. У більшості випадків модальність реалізується на лексичному, інтонаційному та

граматичному рівнях, та виражається конкретними мовними засобами: модальні дієслова, засоби створення, посилення, зменшення інтонації, різноманітні особливі форми відмінювання.

Варто зазначити, що модальність не можна упускати при дослідженні різних типів дискурсу та у мовознавстві загалом, адже саме ця функціонально-семантична категорія є ключовим та фундаментальним елементом будь-якого виду комунікації між людьми незалежно від стилю, жанру, тематики, виду тощо. Таким чином, можна стверджувати, що людина не має змоги передати якусь інформацію комусь без вираження власного ставлення до проблематики чи певного питання, а отже вживання модальності є необхідним засобом при створенні дискурсу як такого [19, с. 128].

Отже, категорія модальності є однією із ключових у мовознавстві та її емоційно-концептуальне забарвлення тісно пов'язане із контекстом мовлення. Проблема дослідження змісту та засобів вираження модальності є надзвичайно актуальною в сучасній лінгвістиці. Модальність поділяється науковцями на об'єктивну та суб'єктивну з точки зору сприйняття дійсності мовцем. Суб'єктивна модальність дозволяє виявити ставлення мовця до змісту висловлювання, виконуючи комунікативні та прагматичні функції тексту. Об'єктивна ж пов'язана із категорією часу, простору та місця, та демонструється у часово-просторовій визначеності та невизначеності. Модальність важлива для розуміння різних типів дискурсу та для мовознавчого аналізу загалом. Вона є ключовою утворювальною ознакою будь-якого виду комунікації, незалежно від стилю, жанру, тематики чи виду. Таким чином, використання модальності є необхідною складовою будь-якого дискурсу.

### **1.3. Суб'єктивна модальність і її функціонування в іспаномовному футбольному дискурсі**

Як уже було згадано раніше, суб'єктивна модальність виділяється як окремий тип модальності у сучасній лінгвістиці. Цей вид модальності розкриває суть семантики висловлювання та, як правило, означає суб'єктивне ставлення адресанта до висловленої ним інформації. Також визначною особливістю

суб'єктивної модальності є те, що її застосування має на меті створити ефект певного впливу на адресата: викликати певні емоції, змінити думку щодо якогось явища чи події, спровокувати роздуми, заохотити до дії, висловити наказ або дати пораду тощо. Суб'єктивна модальність виражає присутність та залученість мовця до того, про що йде мова засобами вираження його суб'єктивної думки [36, с. 560].

Таким чином, можна стверджувати, що поняття суб'єктивної модальності, як такої, безпосередньо пов'язане із конотацією тексту. Як вважає В. Грещук: «суб'єктивна модальність тексту – це інформаційний компонент семантики який напластовується на значення у результаті слововживання у висловлюванні» [24, с. 94], – це, на думку мовознавця, збігається із суттю конотації тексту.

Необхідно зазначити, що суб'єктивна модальність безпосередньо пов'язана і з соціальною складовою мовлення. Її формування може визначатись характером комунікативного акту, у якому перебувають мовці, їх ставленням один до одного, належністю того чи іншого учасника діалогу до певної групи, соціального стану або рангу, наявністю певних об'єктивних або/і суб'єктивних упереджень чи інтересів у адресанта або реципієнта тощо. Важливим фактором є і тип комунікації між людьми, адже особливості усного та писемного мовлення будуть дещо відрізнятись, а, таким чином, відрізнятиметься і характер суб'єктивної модальності та способи її творення. Так, наприклад, адресат і адресант, у більшості випадків, знаходяться на певній відстані і в різному часовому проміжку при писемній комунікації, а отже сам акт передачі повідомлень між ними та характер модальності різнитиметься [21, с.83].

Визначною особливістю суб'єктивної модальності є і опціональність її застосування у висловленні. Щодо семантичного навантаження значень висловлювань, то вона виходить далеко за межі об'єктивної, а зміст цей вид модальності визначає, враховуючи як поняття оцінки та логіки, так і широкий спектр емоційної складової реакцій людини на повідомлюване [16, с. 138].

Аналізуючи поняття суб'єктивної модальності варто також визначити основні способи її творення та вживання. Загалом виділяють кілька основних

засобів створення суб'єктивної модальності у лінгвістиці: впровадження дериватів із суфіксами, що несуть в собі суб'єктивну оцінку мовця; застосування оказіоналізмів чи вставних конструкцій; використання дериватів у відповідному до задуму мовця значенні, що не збігається із загальноприйнятим [24, с. 98]. Також широко застосовується введення у речення модальних дієслів, котрі несуть певне емоційно-сміслові значення; застосування інших способів дієслова, як от імперативу, задля створення конкретного ефекту суб'єктивної модальності; введення лексичних повторів; зміна інтонації та порядку слів мовцем.

Цікавим засобом створення такого виду модальності виступають й інтонаційні конструкції, частки та вставні слова [18, с.159]. Із інтонацією пов'язаний ще один неоднозначний засіб вираження суб'єктивної модальності – просодія. За Сучасним лінгвістичним словником: *«просодія – це система надсегментних (фонетичних та ін.) засобів: мелодика, наголос, висота тону, тембр, часокількість, тривалість, сила голосу; наголошення, що накладаються на лінійну послідовність звуків»* [40, с. 611]. Сьогодні це явище у лінгвістиці не є достатньо ретельно дослідженим та думки науковців щодо вираження ним відтінків модальності різняться. Однак, наприклад О. Руденко стверджує, що більшість мовознавців схиляються до думки про важливе функціональне значення інтонації та інших просодичних елементів у вираженні суб'єктивного ставлення адресанта до висловлюваної ним інформації [18, с.161], адже застосування пауз, зміна тембру, швидкості мовлення, інтонації чи інтенсивності вимовляння звуків однозначно сприяє створенню певного інтенційного ефекту мовця на реципієнта.

Іспанський футбольний дискурс сповнений суб'єктивної модальності й більшість футбольних спортивних видань широко застосовують її засоби сьогодні. Футбольні коментатори, репортери та журналісти повинні бути широко залучені у події на футбольному полі задля вдалого відображення подій, а отже повинні підживлювати інтерес аудиторії різноманітними суб'єктивними рефлексіями: надавати оцінку, прогноз, перебільшувати чи навпаки

применшувати значення якогось гравця чи його дії тощо. Усе це видається можливим саме завдяки засобам суб'єктивної модальності, які найчастіше застосовуються в іспаномовному футбольному дискурсі.

Отже, суб'єктивна модальність є окремим особливим видом модальності та має свої визначальні характеристики, а також широко застосовується у іспаномовному футбольному дискурсі, адже допомагає втілити мету цього виду дискурсу – донести інформацію про події на футбольному полі через призму бачення мовця. Використання суб'єктивної модальності має своєю метою створення певного впливу на аудиторію, спонукання до реакції у вигляді емоцій, переосмислення явищ або подій, мобілізації до дії, надання команди чи поради тощо. Ця модальність виявляє присутність та зацікавленість мовця у темі, про яку він говорить, через вираження своїх суб'єктивних думок. Суб'єктивна модальність виявляється ключовою у формуванні сучасного мовленнєвого дискурсу, надаючи йому глибину та індивідуальність.

### **Висновки до першого розділу**

Враховуючи все вищесказане, можна підсумувати, що спортивний дискурс – це вид дискурсу, який відрізняється з-поміж інших конкретними характерними особливостями. Насамперед це глибока інформативність, адже усі події, що відбуваються у світі спорту повинні бути висвітлені в текстах спортивної тематики. Основна мета цього виду дискурсу – висвітлення подій, які відбуваються у світі спорту, надання прогнозів, коментарів та оцінки гравцям, матчам або новинам. Жанрова специфіка спортивного дискурсу є доволі широкою та містить такі види усної та писемної комунікації, як репортаж, інтерв'ю, спортивні новини, огляди чи коментарі тощо. Не варто ототожнювати спортивний дискурс із дискурсом мас-медіа, тому що, хоч і перший має певні риси, схожі до останнього, однак обидва види дискурсу відрізняються як жанрово-тематичною специфікою, так і лінгвостилістичними особливостями.

Футбольний дискурс яскраво вирізняється своєю соціокультурною спрямованістю та походженням з-поміж інших жанрів спортивного виду дискурсу, адже його походження напряду стосується надання футболу великого

значення у житті мільярдів людей у всіх куточках світу. Мовці, що працюють із цим видом дискурсу обов'язково застосовують широку палітру мовних засобів, виразів, різних видів речень, фразеологізмів, модальних слів задля формування текстів футбольної тематики. Жанрове різноманіття футбольного дискурсу таке ж, як і у спортивного загалом та містить пов'язані із ним елементи. Визначальними рисами іспанського футбольного дискурсу є надмірна експресивність і нагромадженість реченнями та виразами, що надають суб'єктивну оцінку подіям, які відбуваються на футбольному полі, або за його межами. Це також зумовлено насамперед ментальністю іспанського народу, соціокультурними та історичними чинниками. Коментатори футбольних матчів чи спортивні журналісти часто застосовують велику кількість засобів суб'єктивної модальності задля підігріву аудиторії, інколи провокуючи її чи спонукаючи до рефлексії. Також спостерігається надання суб'єктивної оцінки подіям: перебільшення, применшення, схвалення або засудження певних фактів тощо.

Усе це безпосередньо свідчить про зв'язок спортивного футбольного дискурсу із модальністю в широкому сенсі та суб'єктивною модальністю – у більш вузкому, адже модальність напряду описує ставлення мовця до інформації, яку він надає публіці. Модальність, у свою чергу, ділиться на об'єктивну та суб'єктивну згідно із сучасним трактуванням мовознавців. Об'єктивна зосереджується на вираженні відношення інформації, котра повідомляється до дійсності, а суть суб'єктивної ж полягає у відображенні цієї інформації через думки та погляди адресанта, заохочення з його боку аудиторії до дій, зміни вподобань, поглядів і т.д. Варто також згадати засоби суб'єктивної модальності, які широко застосовуються у футбольному іспаномовному дискурсі: введення модальних дієслів, котрі позначають оцінку або применшують чи перебільшують значення, застосування оказіоналізмів, фразеологізмів, вставних конструкцій, які загалом мають покликання виразити думку мовця щодо конкретної події та вплинути на реципієнта або інтенсифікувати висловлення автора.

## РОЗДІЛ 2. ЗАСТОСУВАННЯ ЗАСОБІВ СУБ'ЄКТИВНОЇ МОДАЛЬНОСТІ В ІСПАНОМОВНОМУ ФУТБОЛЬНОМУ ДИСКУРСІ

Іспаномовний футбольний дискурс не може існувати без високої експресивності, емоційності та суб'єктивізму. Буквально у кожному футбольному іспанському виданні знаходяться прийоми та засоби суб'єктивної модальності, які заохочують поціновувачів футболу все більше і більше звертати увагу на статті, хроніки, огляди матчів, інтерв'ю тощо. Першочерговою метою адресантів є відображення подій, які відбуваються на футбольному полі, однак, як уже було згадано в попередньому розділі, це неможливо виконати, особливо у випадку іспаномовного дискурсу, без залучення емоційно-оцінних одиниць суб'єктивної модальності: модальних слів та словосполучень, часток, конструкцій, вигуків, повторів, фразеологізмів, okazionalizmів, метафор, гіпербол і т.п. Усі ці засоби можуть виражати впевненість чи невпевненість автора у своїх словах; його припущення щодо певної події чи надання їй оцінки; перебільшення або применшення значення конкретної події, а отже, цей вид дискурсу також характеризується і переданням адресантом своїх емоцій та переживань.

Більше того, велика кількість іспаномовних футбольних видань тяжіє саме до захоплення уваги читачів своїми експресивними та оціночними судженнями про події футбольного світу. Так, наприклад, газета «*La Marca*», яку ми досліджуємо у цій роботі, характеризується насамперед великою кількістю статей та рубрик, у яких доволі експресивно описуються клуби, гравці, тренери, матчі та загальні ситуації в різноманітних лігах. Саме завдяки цьому видання є одним із найвідоміших сьогодні у світі спорту іспаномовних країн із великою кількістю читачів та поціновувачів [28, с. 368]. Це видання конкурує із такими іспаномовними медіа гігантами як: «*As*», «*Sport*» та «*El Mundo Deportivo*», що вважаються найпопулярнішими періодичними спортивними виданнями Іспанії [35, с. 221].

Редактори «*La Marca*» першочергово ставлять перед собою завдання поділитись переживаннями і почуттями з читачами – любителями футболу.

Якщо іншим виданням характерні великі, інформативні заголовки та статті, то ця газета тяжіє до невеликих за обсягом висловлювань, які сповнені емоцій – віри, безнадії, розчарування, оптимізму, хвилювання тощо. Цим «*La Marca*» є більш близькою до читача та заслуговує довіру мільйонів у порівнянні із іншими спортивними футбольними виданнями [35, с.19]. Ця газета має значний вплив на формування сучасного спортивного іспаномовного медіапростору. Отже, взявши до прикладу газету «*La Marca*», можна вважати та ще раз підтвердити думку про те, що іспаномовний спортивний дискурс є надзвичайно експресивним, багатомовним та інколи провокативним, а це, у свою чергу, продиктовано соціокультурними чинниками, які беруть участь у формуванні суспільства.

### **2.1. Оціночна компонента у створенні суб'єктивної модальності**

Загалом варто визначити поняття оцінки в сучасній лінгвістичній науці, адже усе, що нас оточує та те, що ми сприймаємо несе певну цінність та безумовно оцінюється нами, тобто оцінка є фундаментальною складовою когнітивного аспекту діяльності людини. У сучасному мовознавстві оцінка вважається універсальним поняттям, що має на меті виразити ставлення суб'єкта до дійсності, яку він сприймає [3, с. 224]. Слушною є думка і про те, що оцінка притаманна будь-якій мовній діяльності людини, де інформація передається від адресанта до адресата, тобто вона є також основною складовою будь-якого виду дискурсу. Також категорія оцінки безпосередньо визначається поведінкою спільноти, у якій вона виражається [23, с. 76]. Таким чином, у іспаномовному футбольному дискурсі переважає експресивність та емоційно-оцінна складова, які формують кістяк смислових значень публікацій. Це загалом і характерно також публіцистичному дискурсу, який має спільні риси із спортивним та у якому основу експресивних засобів формує саме складова оцінки [1, с.10]. Оцінка також виступає доволі потужним чинником, що формує висловлювання, адже залежно від неї та її характеру може мінятися емоційне забарвлення усього тексту.

У проаналізованих прикладах із публікацій футбольної тематики газети «*La Marca*» трапляється суб'єктивна модальність, що виражає позитивну оцінку

автора до висловлюваного. Автори прагнуть якнайяскравіше відобразити ті чи інші кульмінаційні моменти та звершення футболістів і команд, загострюючи увагу саме на позитивних аспектах. Це також може свідчити про упередженість у публікаціях через прихильність певних авторів до конкретних клубів, гравців або тренерів. Так, наприклад, вважається, що газета «*La Marca*» акцентує дедалі більшу увагу на клубі «Реал Мадрид», ніж інші футбольні іспаномовні видання [29, с.1363]. Ця риса також простежується і в нашому дослідженні, адже статті про столичний клуб наповнені найбільшою кількістю засобів, які виражають позитивну оцінку та й загалом «вершковим» приділяється помітно більше уваги, ніж іншим клубам журналістами цього видання. Однак, варто також згадати, що спортивні журналісти не виражають експліцитно та радикально позитивних чи негативних конотацій у сторону суто однієї команди в своїх публікаціях. Висловлювання мовців в основному покликані на привернення уваги слухачів або читачів до подій, які відбуваються на футбольному полі у позитивному чи негативному контексті, хоч і можуть містити приховані прихильні/ворожі судження щодо певних команд.

### **2.1.1. Позитивна оцінка та вираження припущення в публікаціях газети «*La Marca*»**

Суб'єктивна позитивна оцінка подій відображається у певних публікаціях футбольного іспаномовного дискурсу цілими вставними реченнями або конструкціями, що доводить тезу про багатослівність та експресивність газети «*La Marca*»: «¿*Es todo un mensaje hacia lo que puede suponer la llegada de Mbappé? El tiempo lo dirá, pero el italiano es un especialista en encontrar una ventaja dónde otros ven un problema*» (1) – Спершу автор дуже вдало розігриває інтерес читачів ставлячи риторичне запитання про потенційний перехід нового футболіста до клубу. Після цього адресант виражає помірну невпевненість у попередніх тезах, які висловлює, стверджуючи, що з часом усе стане зрозуміло, однак далі при цьому переконує публіку в тому, що Карло Анчелотті відмінний тренер і акцентує увагу читача саме на його вмінні знайти вихід із будь-якої ситуації, підкреслюючи його професіоналізм, а також називаючи його справжнім

спеціалістом у своїй справі. Зав'язка цього комунікативного акту починається із створення ефекту зацікавленості та його підживлення ноткою непевності, однак далі усі сумніви розвіюються та характер впливу висловлюваного міняється із нейтрального на піднесений.

У наступних прикладах «...*había sido Rodrygo el que abrió la cuenta para Brasil, aprovechando un error de Unai Simón para definir con maestría con un globo perfecto* [...] *La solidez del futbolista nacido en Leganés es una garantía para el Madrid en la otra punta del terreno de juego* [...] *Mbappé siempre es complejo hacer predicciones con un 100% de fiabilidad... con los servicios del que para muchos es el mejor jugador del mundo en estos momentos* [...] *El Real Madrid puede reunir en una misma plantilla a la delantera de Brasil, la selección más laureada del mundo, con el mejor jugador del planeta*» (23) – автор виражає захоплення Кіліаном Мбаппе та його футбольними навичками, а також підкреслює важливість його потенційного переходу до клубу «Реал Мадрид» та називає клуб одним із найтитулованіших у світі. При цьому дуже вдалим є застосування специфічного футбольного терміну «*definir con un globo perfecto*» (майстерно відзначитись чудовим забитим м'ячем), що експліцитно загострює увагу читача на індивідуальних ігрових рисах футболіста та виражає захоплення забитим голом. Також можна виділити нагромадження емоційно оцінних лексичних одиниць, які виражають суто позитивну сторону висловлюваного: «*maestría*», «*solidez*» (в значенні твердість футбольних навичок гравця), «*mejor*». Більше того, автор повторює фразу «*el mejor jugador del mundo/planeta*» (найкращий гравець світу) двічі в одному і тому ж абзаці задля підкреслення важливості Кіліана Мбаппе для свого нового потенційного клубу, а у другому фрагменті поєднує це твердження із іншим, у якому використовує найвищий ступінь порівняння «*la selección más laureada del mundo*» (найбільш титулована команда світу). Усе це нав'язує читачеві думку про винятковість столичного клубу і його гравців (навіть тих, які ще не перейшли до клубу) над іншими.

Прикладом багатослівності та позитивної суб'єктивної оцінки мовця щодо події, котру він описує може й слугувати опис важливої перемоги «Барселони»

над суперниками, котра підняла їх у турнірній таблиці: «*El Barça vuelve a estar donde le corresponde en Europa y dando un golpe de autoridad en Liga, tras recuperar la segunda plaza con una victoria de muchísima autoridad en el Metropolitano*» (36). У цьому прикладі найперше, що кидається у очі з точки зору аналізу вираження оцінки автора, це трьохкратне повторення факту перемоги клубу та акцентування саме на цій позитивній стороні події, що сталась. Також автор використовує конструкцію *volver a + infinitivo*, що позначає виконання знову дії, яка уже відбувалась раніше задля підкреслення важливості перемоги та зазначення, що вона повертає клуб на те місце, яке йому по праву належить за його багаторічні звитяги. Не менш цікавим є застосовування інтенсифікуючого суфіксу *-ísimo* у фразі: «*una victoria de muchísima autoridad*» (у значенні перемога величезної ваги), що ще більш поглиблює відчуття гордості клубу та ваги перемоги. Таким самим чином, виражає позитивну оцінку та виступає її інтенсифікатором саме слово *autoridad*, на використанні якого наполягає автор у даному фрагменті.

Адресант так само характеризує перемогу як дуже поважну та необхідну наступними словами: «*En una semana inmejorable, el equipo de Xavi ganó con solvencia al Nápoles y exhibió pegada ante el Atlético*» (36). Увага знову ж таки, як і в попередньому прикладі акцентується тричі на позитивних наслідках перемоги команди Хаві Ернандеса, що створює ефект захоплення подією. Далі журналіст виражає свої захоплення клубом та стверджує, що «Барселона» повернула собі колишню міць: «*El Barcelona del futuro es ya una realidad en el presente*» (там само). Таким чином, засобами емоційно маркованої лексики створюється ефект піднесення, як результат перемоги клубу над суперниками.

Надзвичайно цікавим та продуктивним прийомом є використання тропів, що виражають позитивну оцінку, адже такі засоби формуються через зміну значень певних лексичних одиниць та можуть нести різну конотацію залежно від контексту [9, с.140]. Так, наприклад, неодноразово автори застосовують метафори задля передачі позитивної оцінки: «*El mítico templo del fútbol inglés fue el escenario también del segundo partido amistoso de Inglaterra, ante Bélgica...*» (23),

– автор захоплюється грою збірної Англії та описує її як щось неймовірне. Варто відмітити, що в основному метафоричність виражає завуальовану, приховану оцінку, не виражаючи її експліцитно. Так, наприклад, у цьому фрагменті автор не каже прямо, що гра Англії як завжди вразила своєю химерністю та гармонійністю, а приховує це значення у метафорі «*міфічний храм англійського футболу*», що також свідчить про загострення уваги читача на цій виключно позитивній рисі англійців та формуванні у них відчуття гордості за цю збірну. Загалом таке порівняння рівня гри футболістів збірної Англії із міфічною святинією може підтверджувати і тезу В. Котенко про використання релігійних підтекстів та мотивів у футбольному іспаномовному дискурсі, що свідчить про соціальну маркованість цього виду дискурсу, адже як нам відомо, церква та культ духовності відігравав та продовжує відігравати неабияку роль в суспільстві Іспанії [12, с. 216]. У наступному фрагменті також використовується подібний засіб задля надання прихованої позитивної оцінки футболісту: «*Arda compartió en sus redes sociales sus últimos entrenamientos en el gimnasio, una búsqueda por terminar de armarse para poder competir en igualdad de condiciones con sus compañeros*» (3). Адресант не стверджує, що гравець тяжко тренується задля досягнення якнайкращих результатів, а каже, що таким чином він озброюється, щоб мати змогу конкурувати із колегами по клубу на рівних.

Дуже продуктивним засобом виступає епітет у публікаціях футбольного іспаномовного дискурсу: «*buena impresión*» (чудове враження); «*participación decisiva*» (пішуча участь); «*gran protagonista*» (головний герой матчу); «*lado positivo*» (позитивна сторона); «*volea maravillosa*» (неймовірний гол). Цей художній засіб так само має мету підкреслити значення події та відобразити її у позитивному ключі. Також використання цього тропу зумовлює додання певної поетичності та художності статтям футбольного іспаномовного дискурсу, що значною мірою вирізняє його з-поміж інших. Наприклад наступний момент нагадує нам уривок із художнього твору більше, ніж звичайну статтю про футбол: «*Lucio igualó el temprano gol de Raúl y después de la maravillosa volea de Zidane, el Bayer tomó la iniciativa y Casillas, que acababa de sustituir al lesionado*

*César, se convirtió con tres paradas extraordinarias en el otro héroe de la final. Sus lágrimas de emoción abrazado a César se convirtieron en una de las imágenes de la noche»* (26). Нагромадження епітетів у цьому уривку створює гармонійний ефект поетичності та вкотре наголошує на позитивній складовій перемоги та емоціях гравців, які запам'ятаються на все життя.

Задля кращого сприйняття тексту читачем та додання йому зв'язності широко застосовуються засоби, що виражають припущення автора чи його впевненість у потенційному розвитку тих чи інших подій. У цих випадках зазвичай використовуються модальні маркери, які виражають впевненість автора: «*El movimiento forma parte del esquema e incluso no es extraño ver como Vini y Rodrygo se juntan a la hora de atacar en un determinado momento*»; «*...pocos dudan que, por fin, el Real Madrid podrá hacerse...*» (1); «*No hay lugar a la especulación*» (38); «*Cierto es que tuvo una ocasión que terminó en el larguero de la portería de Lunin*» (20); «*La competencia es sin duda feroz en esta recta final de temporada*» (6); «*Es cierto que Joan Laporta no viajó a Almería*» (25); «*Sin embargo, el único afán recaudatorio que mueve a Rodrigo Riquelme responde a una causa muy distinta a lo habitual*» (30). Усі ці маркери («не дивно, що...»; «ніхто не сумнівається, що...»; «нема місця для спекуляцій»; «однозначно, що...»; «без сумніву...»; «очевидно») експліцитно виражають впевненість автора у сказаному та водночас виступають засобами, які покращують когезію та цілісність тексту.

Так само широко застосовуються модальні маркери, що виражають припущення та прогноз автора: «*Por tanto, podría ser un rival propicio para los andorranos...*» (9) – тому він міг би бути сприятливим суперником для андорців...; «*El Leganés sigue siendo el equipo que ahora lleva la delantera y ocupa el liderato, algo que viene ocurriendo de manera ininterrumpida desde la 12ª jornada... ¡que se dice pronto!*» (5) – «Леганес» – все ще команда, яка зараз лідирує безперервно уже аж з 12-го туру ліги... Скоро буде видно, як розгортатимуться події далі! Такі засоби підігрівають інтерес публіки до статті і підвищують її авторитетність, адже містять прямі судження автора та його висновки, зроблені на основі власного досвіду у світі спорту.

Отже, адресанти дуже часто використовують такі засоби суб'єктивної модальності задля передачі саме позитивної оцінки, адже людям притаманно сприймати інформацію, висловлену в позитивному ключі із більшим задоволенням, а припущення та відображення впевненості автора спрямовані на привернення уваги адресатів та заохочення їх до подальшого слідкування за газетою та її публікаціями.

### 2.1.2. Вираження негативної оцінки

Оскільки події, що мають негативну конотацію мають більшу вірогідність привернути увагу читачів, дуже поширеними в публікаціях видання «*La Marca*» є засоби суб'єктивної модальності, які покликані виразити засудження мовцем якоїсь події, вчинків гравця або клубу, а також виразити недовіру, розпач, гнів тощо. Доволі продуктивними засобами вираження суб'єктивної модальності в негативній конотації виступають метафори. Так, наприклад автор використовує цей художній засіб, порівнюючи наслідки поразки клубу із бурею, яка здійнялась у місті: «*Una derrota de los Bleus que ha provocado un huracán en Francia y que ha centrado las críticas en el de Bondy*» (29). Таким чином, автор знову ж таки завуальовано акцентує увагу на негативному боці події – шквалі критики, яка звалилась на гравця з усіх сторін після поразки його команди.

У наступному фрагменті описується реакція автора на погану гру футболіста впродовж матчу: «*En su última rueda de prensa, Víctor no quiso hablar del futuro e incluso dejó en el aire su continuidad*» (39). Адресант аргументує небажання гравця говорити про майбутнє тим, що він відчуває провину за свою погану гру в матчі та не озвучує якихось конкретних планів. Цікавим є тут і інтенсифікуючий чинник – використання «*incluso*» (навіть): «*На своїй останній прес-конференції Віктор не заходив говорити про майбутнє і навіть проігнорував питання про своє спадкоємство у клубі*».

У цьому прикладі адресант описує поразку «Барселони» як заморозки за межами Мадриду: «*Dicen que fuera del Madrid hace frío*» (35). Автор не виражається у цьому моменті: «*Барселона зазнала нищівної поразки у матчі*», а

використовує твердження із завуальованим метафоричним значенням: «Повіdomляють, що за межами Мадриду настали заморозки», що може і також свідчити ще раз про центральне значення столичного клубу та загалом Мадриду в публікаціях газети «*La Marca*». Навіть при описі поразки іншої команди, котра не грала проти «Реалу» на той момент автор робить посилання на столицю, централізуючи, таким чином, це поняття у своїх публікаціях.

Автор порівнює кардинальні зміни у клубі, які відбувались після останньої фатальної поразки застосовуючи метафору із негативною конотацією і в цьому прикладі: «*Al contrario que en ocasiones anteriores, tras este fracaso deportivo no habrá política de tierra quemada y los puestos de mando se mantendrán sin cambios...*» (34). Журналіст вдало підкреслює ефект значущих якісних та кількісних змін у клубі, які відбувались раніше, порівнюючи їх з тактикою випаленої землі, що застосовувалась у переломних моментах війн. У цьому моменті простежуємо апеляцію адресанта у негативному значенні до історичної складової життя суспільства. Цікавим є і наполягання автора саме на застосуванні фрази «*este fracaso deportivo*» (цей спортивний провал), а не наприклад «*esta derrota deportiva*» (ця спортивна поразка), що поглиблює негативізм та сприяє створенню ефекту розпачу та співпереживання долі клубу.

Усі ці засоби сприяють підкресленню негативного ефекту подій, які відбулись на репутації клубу чи гравця, а також змушують читача вдатись до критики та осмислення ситуації у перспективі. Таким самим чином, при сприйнятті події виключно із негативного боку відбувається певне зрушення у позиції та свідомості читачів – вони обурюються та відчують бажання змінити нарешті що-небудь.

У текстах газети також трапляється надзвичайно багато вставних речень і словосполучень, які містять емоційно марковану лексику та характеризують негативне ставлення мовця до висловлюваної ним події. Зазвичай найбільше критики спостерігається щодо поразки тої чи іншої команди: «*Escándalo en Turquía: el Fenerbahçe se va de la Supercopa tras un minuto en señal de protesta*» (16) – акцентується увага на скандалі, котрий розгорівся навколо

одного із матчів Турецької ліги. Загалом такі кричущі введення у курс справ на початку статті підігрують бажання аудиторії швидше дізнатись, що такого сталося у матчі Суперкубку, де грав «Фенербахче», тобто негативна конотація висловлюваного тут відіграє роль привернення уваги читача.

Як надзвичайно жахливу подію для всіх фанатів описує журналіст поразку команди у наступному фрагменті: «*Pero hay más en esta **dantesca situación***» (16). Тут автор апелює знову ж таки до емоцій читачів та змушує їх якнайшвидше заглибитись у цей вир жахливих подій для клубу, які відбулись у матчі. Незвичайним також є і використання прикметника «*dantesca*», що апелює до одного із засновників італійської літератури Данте Аліг'єрі, який відомий своїм вдалим відображенням інфернальних жахів пекла. Цей засіб надає тексту поетичності та виражає негативний ефект висловлюваного більш інтенсивно. У наступному фрагменті «*Se esfumó el sueño de la Champions para un Barça que pierde su primer partido desde que se anunció la marcha de Xavi*» (37) вкотре застосовується прийом надання висловлюванню прихованого метафоричного значення: «розвіялась мрія Барселони про Лігу Чемпіонів» замість звичайного ствердження, що клуб вкотре програв у вирішальному матчі.

Трапляються і моменти, коли самі тренери непрофесійно та експресивно реагують на поразки, що яскраво засуджується у публікаціях газети: «*Las excusas en la derrota afean la figura de un entrenador como el azulgrana que cada vez es más noticia por sus malas formas y sus exageradas protestas, su récord de expulsiones y su mal comportamiento acosando a árbitros y asistentes durante y después de los partidos, incluida la sala de prensa [...] al menos, no contribuya con su incontrolable comportamiento en la banda a agravar la zozobra de su equipo*» (7). У межах одного тексту тут увага читача на непрофесійному поведженні тренера загострюється шість разів, що сприяє побудові надзвичайно сильного ефекту розчарування, адже всі думали, що призначення Хаві Ернандеса тренером «Барселони» принесе лише тріумфальні перемоги. Тут простежуємо характерну рису іспаномовного журналістського дискурсу, а саме трьох компонентну градацію, останній елемент якої виражає значеннєвий акцент висловлювання.

Однак задля більшої експресивності та критики клубу «Барселона», що загалом притаманно статтям видання «*La Marca*» автор примножує градацію до шести елементів, які несуть негативну конотацію:

1) *Las excusas en la derrota afean la figura de un entrenador* – виправдання поразки заплямовують постать тренера;

2) *Sus malas formas y sus exageradas protestas* – його погані вчинки та перебільшені протести;

3) *Su récord de expulsiones* – його рекордна кількість вилучень;

4) *Su mal comportamiento acosando a árbitros* – його жахливе звинувачуюче ставлення до арбітрів;

5) *Su incontrolable comportamiento* – його неконтрольована поведінка;

6) ***Agravar la zozobra de su equipo*** – посилює страждання своєї команди.

Ця стаття пронизана негативізмом та відчуттям провини за поведінку Хаві, а вдається автору досягнути такий ефект шляхом нанизування цих негативних рис одна на одну та вираженням усього сенсу висловлювання останнім твердженням, яке наче підбиває логічний підсумок жахливої реальності. Складається таке враження, що автор публікації повністю засуджує дії тренера, а разом із цим і виражає свою неприхильність до каталонського клубу.

Отже, негативна оцінка, що виражається засобами суб'єктивної модальності у футбольному іспаномовному дискурсі представлена реченнями та словосполученнями, які наповнені оцінною лексикою, а також художніми засобами, зокрема метафорами. Вживаючи ці засоби у тексті, автор створює маніпулятивний ефект інтриги, щоб зацікавити глядача та змусити його спостерігати за новинами із поглибленим інтересом та напругою [7, с.59]. Можемо простежити також, що певними характерними рисами вираження негативної оцінки футбольний іспаномовний дискурс подібний до журналістського, проте як уже було згадано раніше, ми не можемо повністю ототожнювати ці поняття, адже футбольний дискурс по-своєму унікальний та відрізняється винятковою експресивністю.

## 2.2. Інтенсифікація значення засобами суб'єктивної модальності

Засоби суб'єктивної модальності у багатьох публікаціях іспаномовного футбольного дискурсу газети «*La Marca*» виражають також і інтенсифікацію значень певних подій на футбольному полі чи за його межами. Так, наприклад, журналісти можуть перебільшувати значення перемоги одного клубу над іншим, акцентувати, таким чином, увагу на результативній дії гравця чи команди, прогнозувати подальший перебіг подій матчу тощо.

Найпоширенішим засобом вираження інтенсифікації виступає гіпербола, що має покликання змусити читача вийти за рамки реального та перебільшити значення події задля підсилення ефекту сприйняття дійсності. Цей троп часто застосовується фахівцями у футбольному іспаномовному дискурсі задля привернення уваги читачів та підсилення їх емоційного переживання під час перегляду матчу або прочитання статі [38, с. 573]. У статтях іспаномовного футбольного видання «*La Marca*» часто застосовується гіпербола із метою інтенсифікації та привернення уваги читача: «*la llegada de esos dos refuerzos permitirá al equipo dar un salto cualitativo sideral*» (23) – автор підігріває інтерес публіки до можливого переходу двох нових футболістів до клубу «Реал Мадрид», стверджуючи, що це принесе неймовірний результат «*відчутний якісний стрибок клубу*».

Справжньою сенсацією стала недавня перемога німецької Бундеслиги клубом «Байєр», прагнення до якої журналісти називали «сліпою вірою», на яку гравці не переставали надіятись: «*Demostró fe ciega en él en una situación muy complicada: eran penúltimos en Bundesliga y, pese a protagonizar un mal inicio (una victoria en siete partidos), nunca le perdieron la fe*» (40). У цьому фрагменті інтенсифікуючим чинником виступає апеляція автора саме до віри, що знову можна назвати соціально маркованою рисою, яка зумовлена потужним впливом релігії на іспанське суспільство. Клуб не втратив цієї віри, а отже здобув надзвичайно важливу та потрібну перемогу.

Після кількох поразок поспіль «Барселона» перемогла опонентів, що також було інтенсифіковано адресантом у наступному прикладі: «*El Barcelona*

*recuperaría, en primer término, su identidad»* (36). Автор порівнює перемогу клубу, яка сталась після зтяжної серії поразок із відновленням ідентичності та самобутності «Барселони», що підсилює ефект урочистості та гордості за триумф каталонців.

Дуже інтенсивно та піднесено описується «Реал Мадрид» у своєму матчі Ліги Чемпіонів, де команді вдалось вибороти неймовірну перемогу: *«Poco se puede añadir ya a la épica clasificación madridista para las semifinales de la Champions. Jugando como si no fuera el Madrid, el Madrid volvió a ser el Madrid... Por algo es el rey de esta competición»* (15). У цьому фрагменті можемо знову спостерігати інтенсифікуючу трьохрівневу градацію значень у висловлюванні. Спершу автор називає гру клубу епічною загострюючи увагу на професіоналізмі гравців. Після цього вводиться порівняльна конструкція: *«Вони грали так, що якби це не був Мадрид, він би ним зміг по праву називатись»*, яка в дуже експресивному тоні описує гру столичного клубу в тому матчі. Закінчує автор свою цитату логічним висновком про те, що не дарма клуб вважається королем Ліги Чемпіонів, адже виграв уже це змагання рекордну кількість разів. Таким чином, адресант вивищує «Реал Мадрид» та акцентує увагу на його професіоналізмі. Схожий прийому можемо спостерігати в описі повернення основного воротаря клубу Тібо Куртуа до гри після зтяжної перерви, яка була спричинена травмою: *«La sensación es que Courtois partía con desventaja pero ha ido recortando terreno dado que se ha mostrado más firme de lo que imaginaban los más optimistas. Ha estado en los tres últimos partidos de Liga y no ha encajado un solo gol, con paradas de mérito»* (6). Починає висловлювання автор твердженням про суттєвий недолік того, що гравець довгий час був відсутній, однак далі він застосовує перебільшення рівня гри, висловлюючись, що воротар показав рівень навіть вищий від того, на який надіялись оптимісти. У наступному фрагменті інтенсифікація поширюється словом *«solo»*, вживаючи яке адресант акцентує увагу на тому, що Куртуа не пропустив жодного м'яча за три останні поєдинки. Таким чином, можемо спостерігати нагромадження інтенсифікуючих висловів у

цьому уривку, що свідчить про експресивність іспаномовного футбольного дискурсу.

Серед тропів, що застосовуються задля інтенсифікації значення також можна виділити використання епітету: «... 'robó' la Supercopa antes siquiera de arrancar el partido... para luego devolverla. **Imágenes increíbles**» (16); «Y es que el final de temporada blanco le ha permitido tener más minutos tras la **prematura conquista**» (3); «Por eso mismo, el Real Madrid considera al joven francés uno de esos fichajes a cerrar, de esos jugadores que aparecen y que entran de lleno en esa categoría de **futbolista estratégico**» (13). В усіх цих прикладах (неймовірні моменти; доросле завоювання; стратегічно-важливий футболіст) епітети виступають своєрідними інтенсифікаторами значення, підносячи значення слів, які вони модифікують.

Також цікавим є використання оксюмору. Оксюморон – це своєрідна гра слів, засіб, що виражає оцінку та формується шляхом поєднання непоєднаних семантично лексичних одиниць [9, с. 173]. Цей троп надзвичайно сильно інтенсифікує в наступному фрагменті чутки про перехід Кіліана Мбаппе до «Реалу», що розповзлись по усьому футбольному світу останнім часом: «La llegada de **Kylian Mbappé al Real Madrid es un secreto a voces, pero de momento ninguna de las partes quiere dar un primer paso**» (29). Ця химерна гра слів поглиблює неабияке напруження в аудиторії, яка уже і так дуже довгий час чекає якихось конкретних звісток про новий клуб гравця.

Також зустрічається метафора, що виступає доволі потужним інтенсифікуючим елементом, який виражає завуальовану оцінку: «El Andorra se juega acercarse hacia la salvación ... **¡sin entrenador!** [...] La semana **ha sido convulsa para los andorranos** [...] para los andorranos **para alimentar el sueño de la permanencia...**» (9). Таким чином, адресант загострює увагу читача на тяжкому тижні для Андорців, які й так уже довгий час мріють про якусь постійність у своїх перемогах Ла Ліги. Напрочуд цікавим є наступний вислів «Pero al alemán le **están crucificando por atreverse a vivir en el mundo real, llamar a las cosas por su nombre y asumir los errores**» (7), у якому автор порівнює жорстку

критику тренера із розп'яттям, у чому ми знову можемо простежити наявні риси культу духовності та релігійності. У цьому ж прикладі «*Apenas quedan ya nueve jornadas para la conclusión de la temporada regular y la **clasificación está que arde***»(5), використовується доволі поширена техніка інтенсифікації значення поточних справ у турнірній таблиці Ла Ліги шляхом надання їй конотації горіння у значенні розвитку палкої конкуренції між клубами (*до кінця чемпіонату залишається лише дев'ять турів, але турнірна таблиця все **ще у вогні***).

Своєрідним засобом створення суб'єктивної модальності, що надає ефект інтенсивності висловленню є застосування слів з додаванням до них суфіксів суб'єктивної оцінки – демінутивів (-ito/-ita; -illo/-illa; -cito/-cita; -cillo/-cilla) та аугментативів (-ote/-ota; -ón/-ona; -azo/-aza; -taza/-tazo). Ми погоджуємось із визначенням, яке надає Х. Лесько про те, що ці поняття – це суфіксальні похідні, які виражають послаблення чи зменшення, та посилення чи збільшення дії або її ознаки, що може також комбінуватись із оцінними значеннями. У своїй структурі на фактично усіх мовних рівнях іспанська мова характеризується вживанням такої лексики [13, с.47]: «*El Amorebieta, que ganó al Racing de Ferrol, también está en puestos de descenso, pero todo sigue **igualadísimo***» (5). Суфікс -ísimo тут застосовується задля інтенсивнішого вираження факту того, що усе йде без змін, так як було раніше. Найпоширенішим прикладом не лише у «*La Marca*», а і в будь-якому іспаномовному футбольному виданні є слово *golazo*, що використовується при описі неймовірно забитого чи важливого голу надаючи цьому поняттю більшої експресивності та оцінки мовця: «*El Real Zaragoza acabó perdiendo en el Ciutat de Valencia por un **golazo** de Dela que sorprendió a todos en los últimos minutos...*» (39). Додавання аугментативного суфіксу -azo до іменника *gol* надає слову надзвичайно потужного оцінно емоційного забарвлення. Трапляються і демінутиви, котрі описують команду: «*...ha acusado a Joselu Mato de chantajista por la forma en la que salió del **equipo periquito***» (12). У цьому випадку суфікс -ito застосовується задля надання команді прізвиська «папуги», що широко застосовується футбольними фанатами. У наступному прикладі слову *alto* автор додає суфікс -ísimo, що збільшує значення прикметника в рази

та несе конотацію «височеного рівня» гравця: «*Su cambio al descanso el pasado miércoles en el Coliseum, después de ofrecer 45 minutos de altísimo nivel que lo convirtieron en uno de los mejores del equipo, ya hacía intuir que algo no iba bien*» (11). У наступному прикладі: «*El empresario catalán no se quiso 'mojar' al respecto de lo sucedido*» (18) автор також вдається до використання слова, що притаманне суто розмовному стилю іспанської мови задля підняття градусу напруги, яка спостерігається навколо конфлікту інтересів Хаві Ернандеса та президента клубу «Барселона» Жуана Лапорти. Можна знову підтвердити тезу про соціальну маркованість цього виду дискурсу, таким чином.

### **Висновки до другого розділу**

Отже, можемо спостерігати, що іспаномовний футбольний дискурс насичений великою кількістю різноманітних засобів суб'єктивної модальності, що мають на меті виразити ставлення суб'єкта до події, котру він споглядає на футбольному полі. Усі ці засоби можуть як виражати позитивну та негативну оцінки (схвалення, співпереживання, захоплення, осуд, реакцію на поразку, розпач) так і інтенсифікувати значення висловлюваного. Насамперед усі ці засоби застосовуються фахівцями найпопулярнішого іспаномовного періодичного спортивного видання «*La Marca*» задля привернення уваги читача. Так само ці засоби яскраво та вдало передають ставлення та емоції автора до події, яка відбувається у світі спорту.

На проаналізованих прикладах видання «*La Marca*» можна зробити висновок, що газета тяжіє до висвітлення саме позитивних сторін подій та перебільшення їх значення у світі спорту, адже із усієї кількості відібраного матеріалу близько 70% відзначаються саме засобами позитивної суб'єктивної оцінки мовця та застосуванням засобів, які надають таку конотацію висловлюванню. Усе це створює ефект піднесеності у читачів та заохочує їх звертати все більшу увагу на статті про улюблені клуби та їх звершення. Найефективнішим засобом передачі суб'єктивної позитивної оцінки мовця є емоційно маркована лексика, що широко застосовується у статтях видання і формує цілі речення та словосполучення, котрі несуть емоційне забарвлення. Це,

у свою чергу, доводить тезу про багатослівність та експресивність футбольного іспаномовного дискурсу і велику вагу соціокультурних чинників при його формуванні, адже іспанському суспільству також притаманні вищезазначені риси.

У статтях про футбол також трапляються і художні засоби (епітет, метафора, оксюморон, метонімія), які мають емоційне забарвлення та виражають оцінку або перебільшують значення. Метафора виступає універсальним та найбільш вживаним засобом вираження оцінки, а гіпербола – інтенсифікації. Доволі часто застосовуються у проаналізованих статтях і додавання демінутивних та аугментативних суфіксів, які надають применшеного чи прибільшеного значення висловлюванню. Також було віднайдено приклади, що доводять соціальну маркованість футбольного іспаномовного футбольного дискурсу, а також складову релігійного впливу.

Друге місце серед проаналізованих прикладів займають інтенсифікуючі засоби, які виражаються в основному тими ж самими мовними одиницями, проте, мають більше емоційно оцінне значення та підживлюють інтерес публіки до висловлюваного. Приклади ж із засобами, які створюють негативну конотацію займають найменшу кількість, однак вони впливають на аудиторію найбільше, провокуючи зміни поглядів та бажання змінити незадовільний стан поточних речей на краще.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, можна підсумувати, що спортивний дискурс, а зокрема і футбольний, є надзвичайно унікальним та захоплюючим з точки зору мовознавства та інших дотичних наук. На відміну від інших окремих видів дискурсу, футбольний вирізняється своєю винятковою емоційністю та суб'єктивністю, адже інформація, котру передає мовець знаходиться під впливом його особистих почуттів та думок. На формування іспаномовного футбольного дискурсу так само впливають різноманітні соціокультурні та історичні чинники, які пов'язані між собою.

Головною метою футбольного та спортивного дискурсу є інформування аудиторії про перебіг подій у світі спорту, виникнення нових сенсацій, скандалів тощо. Емоційність та суб'єктивність зокрема продиктовані неможливістю нейтрального спостереження за цими захоплюючими подіями, отже мовці, які його продукують (журналісти, фанати, гравці, тренери, репортери) неодмінно застосовують засоби модальності (в основному, суб'єктивної) – емоційно марковану лексику та конструкції, художні засоби, деривати, okazionalizmi, запозичення. Ці засоби яскраво передають швидкоплинність, пристрасть та інтенсивність футболу, а мова, яку використовують спікери, відображає азарт і динамічний темп цього виду спорту.

Варто також згадати про досліджуване у цій роботі поняття модальності та її видів, адже це поняття займає одне із основних місць у сучасній лінгвістиці. Ця категорія стосується того, яким чином мовними засобами виражається ставлення мовця до дійсності та сприйняття змісту дійсності ним. Модальність, зокрема суб'єктивна, надає змогу мовцю передати свої почуття та думки стосовно висловлюваного. Об'єктивна ж відображає відношення до дійсності події чи інформації, про яку йдеться.

У цьому дослідженні ми зосередились на дослідженні поняття суб'єктивної модальності, виокремлення її основних засобів та віднаходження їх у іспаномовному футбольному дискурсі, адже цей вид модальності є одним із основних формуючих чинників текстів футбольної тематики. Використання

мовцем таких засобів сприяє посиленню його впливу на реципієнтів, адже викликає певні емоції, змушує переосмислити якісь події або погляди, мобілізує до дій та роздумів і насамперед підвищує зацікавленість аудиторії футболом та усім, що пов'язане із ним. Цей тип модальності є фундаментальним у створенні такого багатого, динамічного та індивідуалізованого дискурсу як футбольний.

У проаналізованих прикладах із публікацій іспаномовного видання «La Marca» ми виокремили три основні завдання засобів суб'єктивної модальності, які використовують фахівці: вираження позитивної оцінки, впевненості та припущення; вираження негативної оцінки та інтенсифікацію значень події, яку розглядає мовець. Застосуванням художніх засобів (метафори, гіперболи, епітету, оксюмору, метонімії) адресанти формулюють свої висловлювання таким чином, щоб відобразити впевненість та оптимізм у конкретних подіях. Причина такого підходу полягає в тому, що люди, як правило, більш прихильно реагують на інформацію, яка подається в позитивному ключі. Позитивні оцінки зазвичай сприймаються аудиторією з більшим задоволенням та захопленістю. Нерідко застосовуються вставні слова, конструкції та фразеологічні вирази у футбольному дискурсі, які збагачують його значення (добавляють експресивності, описовості, суб'єктивності).

Передачею емоційно оцінними засобами впевненості чи позитивних припущень, адресанти прагнуть привернути увагу аудиторії. Це передбачає висловлювання, які відображають впевненість і позитивний погляд автора на подальший розвиток подій. Кінцева мета цієї стратегії - заохотити аудиторію продовжувати стежити за газетою та її публікаціями, адже позитивна та впевнена комунікація може побудувати довіру та інтерес, що підвищує ймовірність того, що аудиторія буде взаємодіяти з майбутніми матеріалами з того самого джерела. Такі ж самі засоби суб'єктивної модальності використовуються для вираження осуду, суму чи негативного боку події мовцями. Розгляд подій із негативно налаштованої точки зору сприяє створенню ефекту маніпуляції, яка залучає мовця до критики та роздумів, також додає певного драматизму та хвилювання, що так само привертає увагу публіки. Інтенсифікація значення подій, які

розглядаються мовцем, спрямована на те саме підживлення інтересу публіки та заохочення спостерігати за улюбленими клубами та їх іграми саме у цьому виданні надалі.

У нашому дослідженні було виявлено, що більшу частину складає саме вираження автором позитивної оцінки висловлюваному, що може свідчити про прагнення видання «*La Marca*» створити сприятливу атмосферу задля залучення більшої аудиторії, яка цікавиться різними клубами. Також варто зазначити, що у виданні більша увага надається клубу «Реал Мадрид», що також може бути причиною переважання позитивних настроїв у публікаціях, адже неможливо надто сильно критикувати столичний клуб – гордість іспанського футболу. Інтенсифікація значення висловлюваного трапляється менше, але не надто поступається позитивній конотації, адже перебільшення завжди загострює увагу читача на якійсь деталі, а отже знову ж таки – залучує ширше коло людей до газети. Негативна оцінка трапляється найменше, однак містить надзвичайно важливі критичні елементи, що сприяють розвитку різноманітних думок та настроїв у читача щодо конкретних подій.

Таким чином, своїм винятковим оцінним аспектом футбольний дискурс виступає неоднозначною та цікавою сферою для подальших лінгвістичних досліджень, оскільки передбачає розуміння того, як мова передає емоції та які чинники на це впливають.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артемова Л. В. Негативна маркованість як авторська стратегія іспанської аналітичної публікації (на матеріалі авторської колонки Х.Маріаса і Х.Серкаса). *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ: Видавництво КНУ, 2022. Вип. 1 (71). С. 7-15.
2. Бабій І., Свистун Н. Особливості структурно-семантичної організації спортивного дискурсу (на матеріалі футбольних телерепортажів). *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія*, 2023. Вип. 2 (7), С. 64-71.
3. Береговенко Н. С. Поняття категорії оцінки в сучасному мовознавстві. *Перспективи розвитку суспільно-гуманітарних наук в умовах євроінтеграції*: матеріали міжнар. наук.-практ. Онлайн-конф. (БНАУ, 11-12 квітня, 2024 р.). Біла Церква, 2024. С. 222-226.
4. Войналович, Л. П. Модальність як багатоаспектна лінгвістична категорія. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки»*, 2013. Вип. 3. С. 28-32.
5. Вус Н. Й. Модальність та її трактування у працях дослідників. *Слов'янський збірник*. Одеса, 2006, 119-121.
6. Гаврилюк О. О. Засоби репрезентації суб'єктивної семантики в сучасному англomовному спортивному дискурсі. *Science and Education a New Dimension. Philology*, VII (58). Issue: 194. Budapest, 2019. P. 30-33.
7. Глущенко О. Конститутивні характеристики спортивного коментаря як жанру спортивного дискурсу. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського : Лінгвістичні науки : зб. наук. праць*. Одеса: Астропринт, 2020, № 31. С. 51-65.
8. Гончарук О. В., Дикан О. В. функціональні типи модальності: їх диференціація та реалізація в комунікативно-прагматичній організації висловлень. *Закарпатські філологічні студії*, 2022. Вип. 21.1. С. 26-32.
9. Дейна Л. В. Суб'єктивна та об'єктивна оцінка в українському щоденниковому дискурсі. *Полтавський національний педагогічний університет імені ВГ Короленка*. Полтава, Україна, 2016. 229 с.

10. Космеда Т., Олексенко О., Павлова І. Семантика й прагматика дискурсивного слова та його потенціал для діагностики психотипу мовної особистості: аспектуальний опис, 2019. 308 с.
11. Котенко В. Л. Жанрові характеристики іспанськомовного спортивного дискурсу. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*, 2015. Вип. 27. С.187–198.
12. Котенко В. Л. Соціолінгвістична маркованість сучасного іспанськомовного футбольного дискурсу. *Мова і суспільство*, 2013. Вип. 4. С. 213–220.
13. Лесько, Х. С. Суфікси демінутивності й аугментативності в іспанських лінгвістичних традиціях дослідження. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*, 2019. Вип. 39 (2). С. 47-49.
14. Мойсеєнко С. В. Основні підходи та методи дослідження дискурсу. *Передовий науково-практичний досвід: зб. матеріалів Всеукр. науково-практ. конференції*. Миколаїв, 2009.
15. Невська, Ю. В. Дискурсивні слова як стилеутворювальна домінанта листів М. Куліша до дружини. *Лінгвістичні дослідження*, 2019. Вип. 40. С. 82-87.
16. Нестеренко Т.А. Вставні конструкції як стилістичний ресурс вираження суб'єктивної модальності в романі світлани талан «розколоте небо». *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*, 2023. Вип. 59 (2). С. 138-141.
17. Охріменко В. І. Онтологія та гносеологія категорії модальності в італійській мові: автореф. дис. д-ра філол. наук : 10.02.05. Київ, 2012. 35 с.
18. Руденко О. В. Типологія лінгвістичних засобів вираження суб'єктивної модальності. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Лінгвістичні науки*, 2013. Вип. 17. С. 158-167.

19. Різванли Н. Засоби вираження модальності в англомовному науковому дискурсі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*, 2022. Вип. 56 (1). С. 127-130.
20. Сухомлин В.В. Суб'єктивна модальність у сучасному німецькому публіцистичному дискурсі: семантичний і структурний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2011. 20 с.
21. Телеки М. Суб'єктивна модальність висловлення у писемній комунікації. *Актуальні питання суспільних наук та історії медицини*. 2014. Вип. 4. С. 82-89.
22. Шепель Ю., Гончарова М. Поняття модальності та мовних засобів її вираження в англійській мові. *Журнал «Український смисл»*, 2021. Вип. 2. С.186-196.
23. Шуменко О., Шишкін М. Лексико-семантичний рівень категорії оцінки в англійській мові. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства*: матеріали VII всеукр. наук. конф. студентів, аспірантів, викладачів та співробітників (м. Суми, 18–19 квітня, 2019 р.). Суми, 2019. С. 75–78.
24. Грещук В. Словотвір і суб'єктивна модальність тексту. *Лінгвістичні студії*, 2020. Вип. 40 (1). С. 93–100.
25. Bally, C. *Linguistique française et linguistique générale*. Leroux, Paris, 1932.
26. Cleland, J. Racism, football fans, and online message boards: How social media has added a new dimension to racist discourse in English football. *Journal of Sport and Social Issues*, 2014. № 38.5. P. 415–431.
27. Declerck R., Patard A., Brisard F. The definition of modality. *Cognitive approaches to tense, aspect and epistemic modality*, 2011. P. 330.
28. González Alba J. A. Nuevos formatos y contenidos para el periodismo deportivo en España: los casos de El Enganche, Revista Líbero y Marca Plus. *In: Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento. Comunicracia y desarrollo social*. Egregius, 2016. P 364–383

29. Herrero Gutiérrez F. J. Los periódicos deportivos españoles. Análisis comparativo de la noticia principal de portada en los diarios " Marca", " As", " Mundo Deportivo" y " Sport", 2018. P. 1353–1365.
30. Longas Luque C., Van Sterkenburg, J. Exploring discourses about race/ethnicity in a Spanish TV football program. *Communication & Sport*, 2022. №10 (6). P. 1113–1133.
31. Marks J. Public discourse and the conceptualization of football in France since 1998. *Contemporary French Civilization*, 2014. 39 (1). P. 30.
32. Mera A. A. C., Pincay M. J. G., Espinoza D. M. Del Mar Auz. Discurso periodístico deportivo de la prensa escrita y su influencia en los lectores de Guayaquil. Una comparación de diario Extra y el Universo. *Ciencia y Educación*, 2021, № 2 (7). P. 6–19.
33. Olguín G. L., Martín D. P. El fútbol y la construcción de una representación social llamada nación. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 2012, № 24. P. 227–247.
34. Regalado Ortegón D. C. Expresiones emotivas del discurso periodístico deportivo. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 2006, № 7. P. 85–94.
35. Sanz B. Las mujeres deportistas en la prensa: los Juegos Olímpicos de Londres 2012, 2015. P. 1–253.
36. Soler B., M. Amparo. Modalidad y subjetividad: conceptos a revisión. *Boletín de filología*, 2023, № 58 (1). P. 557–574.
37. Stead D. Sport and the Media. *Sport and Society: A Student Introduction*. 2nd Edition. SAGE Publications Ltd, 2008. P. 184–200.
38. Valenzuela Indart N., Quintero Ramírez, S. Lenguaje creativo en el discurso periodístico deportivo. Estudio contrastivo en español, francés e inglés. *Lingüística y Literatura*, № 42 (79). P. 572–575.
39. Van Dijk T. A. Discourse as structure and process. *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. London : Sage publications, 1997. Vol. 1. 186 p

### Список довідкових джерел

40. Загнітко А. З. Сучасний лінгвістичний словник. Вінниця, 2020. С. 920.
41. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава, 2006. 716 с.

### Список ілюстративних джерел

1. Ancelotti, convencido de la capacidad de Vinicius alejado de la banda. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/real-madrid/2024/03/30/66054a7922601d85578b4574.html>
2. Andriy Lunin dice que "no soy el héroe" y no aclara su futuro en el Real Madrid: "Ya hablaremos". La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/champions-league/2024/04/18/6620c2bb46163fda6e8b4589.html>
3. Arda Güler desvela lo que más ha aprendido en el Real Madrid: "Es algo que he visto por primera vez aquí...". La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/real-madrid/2024/05/17/66476a3b46163f2f3a8b45a2.html>
4. Barcelona 1-2 Real Madrid EN VIVO: Goles y destacados - LaLiga EA Sports 23/24. La Marca. URL: [https://www.marca.com/en/soccer/laliga/barcelona-real-madrid/2023/10/28/01\\_0101\\_20231028\\_178\\_186-live.html](https://www.marca.com/en/soccer/laliga/barcelona-real-madrid/2023/10/28/01_0101_20231028_178_186-live.html)
5. Calculadora de Segunda división: qué necesita cada equipo para ascender a Primera o salvarse. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/segunda-division/2024/03/23/65fea10722601df0318b4580.html>
6. Courtois-Lunin: las vacaciones son para el verano. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/real-madrid/2024/05/17/66479012ca47412c4a8b4599.html>
7. Crece la brecha entre el Madrid y el Barça. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/real-madrid/opinion/2024/04/19/66216d7a46163fbd138b45e5.html>

8. Dos maneras de perder: con señorío o como un forofó maleducado. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/champions-league/opinion/2024/04/20/66223920e2704ebf5f8b4587.html>
9. El Andorra se juega acercarse hacia la salvación... ¡sin entrenador! La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/andorra/2024/03/29/660720cde2704e2d898b4577.html>
10. El Atlético mira al Pichichi: Sorloth y Dovbyk son los 9 preferidos. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/atletico/2024/05/20/664b0eba22601d43168b4574.html>
11. El Atlético pierde a Barrios. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/atletico/2024/05/17/664722a046163f6a718b45af.html>
12. El icono del Espanyol acusa a Joselu de chantajista por su salida del club perico al Real Madrid. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/espanyol/2024/05/10/663de32422601d4a518b45fe.html>
13. El Real Madrid 'duerme' la opción Yoro, pero no descarta al defensa del Lille. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/real-madrid/2024/05/19/6648cbdde2704e467e8b4586.html>
14. El Zaragoza y dos escenarios bien distintos ante el Racing: sufrir o no seguir sufriendo. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/zaragoza/2024/05/13/6641ff06268e3e0b408b458f.html>
15. Esa tortura moderna llamada prórroga. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/opinion/2024/04/20/6623658a22601d01388b456f.html>
16. Escándalo en Turquía: el Fenerbahçe se va de la Supercopa tras un minuto en señal de protesta. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/futbol-internacional/2024/04/07/6612e442e2704eca8a8b45bb.html>

17. Florian Wirtz, elegido 'Jugador del Año' en la Bundesliga. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/bundesliga/2024/05/20/664b4593ca47416d548b4571.html>
18. Gerard Piqué: "Para muchos Laporta es el mejor presidente de la historia del Barça". La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/barcelona/2024/05/17/66478395ca4741df7c8b45cf.html>
19. Guardiola, el coleccionista de títulos: "Si me lo dicen cuando llegué al City...". La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/premier-league/2024/05/20/664a6b49ca4741db1a8b4597.html>
20. Haaland, un argumento poco usado por el Manchester City. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/premier-league/2024/04/19/66226c1ee2704e3a018b45b5.html>
21. Imanol no se ve cansado ni contempla un fin de ciclo: "Me echarán los resultados". La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/real-sociedad/2024/05/17/664749caca47416f708b45ee.html>
22. La balanza de Sergio Ramos. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/sevilla/2024/05/20/664b1e83ca4741667e8b45a7.html>
23. La delantera de Brasil... más Mbappé. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/real-madrid/2024/03/29/66054ec1268e3eb3108b459e.html?intcmp=MOD+LEIDAS-RED-pos1>
24. Laporta no cambia de idea: no quiere a Xavi. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/barcelona/2024/05/20/664b13a4e2704e99078b45a7.html>
25. Laporta tiene a Xavi en ascuas. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/barcelona/2024/05/17/664781ad46163fde248b45dd.html>

26. Las paradas de Iker y la volea de 'Zizou'. La Marca. URL: [https://www.marca.com/2014/05/24/futbol/champions\\_league/final-champions/1400934162.html](https://www.marca.com/2014/05/24/futbol/champions_league/final-champions/1400934162.html)
27. Lunin y la historia interminable. La Marca. URL: <https://www.marca.com/radio/opinion/2024/04/18/66212860e2704e97908b457e.html>
28. Marcelino: "Llegar a Europa sería un cuento de hadas". La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/villarreal/2024/05/17/664749ace2704e59788b4593.html>
29. Mbappé ya no se esconde: "Me van a ver mucho en España". La Marca. URL: <https://us.marca.com/soccer/liga/2024/03/26/6602a08922601db7088b4591.html>
30. Riquelme se hace grande en el Atlético... y enorme en solidaridad. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/atletico/2024/05/17/6647874922601df0118b457f.html>
31. Rodri explica la clave para ganar la Premier al Arsenal: "Estos tíos no quieren ganarnos, quieren empatar". La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/premier-league/2024/05/20/664b3da546163fb1648b467d.html>
32. Sobran los insultos racistas y también sobran los gestos de Vinicius. La Marca. URL: [https://www.marca.com/futbol/real-madrid/opinion/2023/05/21/646a8e82268e3ea3188b45a2.html?intcmp=MNOT23801&s\\_kw=1](https://www.marca.com/futbol/real-madrid/opinion/2023/05/21/646a8e82268e3ea3188b45a2.html?intcmp=MNOT23801&s_kw=1)
33. Tchouaméni no llega a tiempo y se queda sin la final de la Champions. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/real-madrid/2024/05/20/664a3911268e3ee1348b4575.html>
34. Tiempos de reconstrucción en el Granada. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/granada/2024/05/13/6641f2f1268e3e106c8b4583.html>
35. Un breve sueño. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/2024/04/18/6620112346163f911b8b4581.html>

36. Un once de futuro... y presente. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/barcelona/2024/03/29/65f33ed9ca4741a7788b456d.html?intcmp=MOD+LEIDAS-RED-pos3>

37. Una roja acaba con el sueño del Barça. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/champions-league/cronica/2024/04/16/661eaedbe2704e066b8b45ab.html?intcmp=MODRESULT01>

38. Vinicius lo tiene muy claro: no escucha ofertas. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/real-madrid/2024/04/07/66104196ca47416f648b4594.html>

39. Víctor Fernández logra que el Zaragoza ya no juegue como un equipo pequeño. La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/zaragoza/opinion/2024/04/07/66125fcd46163f23418b45b0.html>

40. Xabi Alonso se queda en el Bayer Leverkusen: "Mi trabajo no ha acabado". La Marca. URL: <https://www.marca.com/futbol/futbol-internacional/2024/03/29/66069fc846163f095b8b45b3.html?intcmp=MOD+LEIDAS-RED-pos5>

## Resumen

El estudio del discurso y de sus diversas características y tipos es actualmente un tema central de la lingüística debido a la complejidad, originalidad y comprensión incompleta del concepto. A medida que la sociedad evoluciona, surgen nuevos fenómenos, acontecimientos y realidades que afectan al lenguaje, que es intrínsecamente dinámico y fluido. El deporte siempre ha sido un importante fenómeno sociocultural, que adquirió una gran popularidad recientemente. La gente empezó a ver eventos deportivos con avidez, a participar en diversos deportes y a consumir medios de comunicación relacionados con el deporte, lo que dio lugar a la aparición de un discurso deportivo diferenciado. El objetivo principal de este discurso es transmitir información relacionada con el deporte y atraer al público al mundo del deporte.

Los géneros, estilos, medios artísticos, terminología especial y expresividad del discurso deportivo son particularmente intrigantes. El deporte conlleva intrínsecamente emoción, deseo de victoria, tensión y competición. El periodismo está estrechamente vinculado al deporte, ya que es un fenómeno social popular. Los periodistas realizan entrevistas deportivas, escriben libros sobre atletas famosos, comentan partidos y elaboran pronósticos y análisis. Sin embargo, el discurso deportivo no debe considerarse un subconjunto del discurso de los medios de comunicación de masas debido a su enfoque específico, sus medios únicos de transmisión de información y su contenido especializado.

El discurso futbolístico es único en cuanto a la creación de una atmósfera especial a través de la modalidad, especialmente la modalidad subjetiva. De este modo, se consigue implicar a la audiencia, transmitiendo las emociones y actitudes del orador hacia los jugadores, los clubes y los partidos, lo que aumenta el interés del público. El discurso futbolístico se produce tanto oralmente (entrevistas, retransmisiones de partidos, comentarios) como por escrito (artículos de prensa, publicaciones periódicas, sitios web), atrayendo a una amplia audiencia a través de diversos canales de comunicación. A diferencia de otros tipos de discurso, el discurso futbolístico destaca por su intensa emotividad y subjetividad, fuertemente influenciado por los sentimientos y pensamientos personales del hablante. El desarrollo del discurso futbolístico en

español está condicionado por diversos factores socioculturales e históricos interrelacionados.

El objetivo principal del discurso futbolístico y deportivo es informar a la audiencia sobre los acontecimientos en curso en el mundo del deporte, incluidas las nuevas sensaciones y los escándalos. La emoción inherente a estos acontecimientos hace imposible una observación neutral, lo que da lugar a un discurso rico en expresiones emocionales y subjetivas. Periodistas, aficionados, jugadores, entrenadores y reporteros emplean modalidades, sobre todo subjetivas, utilizando vocabulario cargado de emoción, lenguaje artístico, derivados, ocasionalismos y préstamos. Estas herramientas lingüísticas captan eficazmente la naturaleza fugaz, apasionada e intensa del fútbol, reflejando el ritmo dinámico y la emoción de este deporte.

El concepto de modalidad, en particular sus tipos, es crucial en la lingüística moderna. La modalidad se refiere a la expresión lingüística de la actitud de un hablante hacia la realidad y su percepción de la misma. La modalidad subjetiva, en particular, permite a los hablantes transmitir sus sentimientos y pensamientos personales sobre el tema tratado, mientras que la modalidad objetiva refleja la postura factual ante el acontecimiento o la información.

Este estudio se centra en la modalidad subjetiva, sus principales medios y su detección en el discurso futbolístico en español. La modalidad subjetiva es un elemento formativo clave en los textos futbolísticos, que permite a los hablantes influir en su audiencia evocando emociones, incitando a la reconsideración de acontecimientos o puntos de vista, movilizandando la acción y la reflexión, y aumentando el interés por el fútbol. Esta modalidad es esencial para crear el discurso rico, dinámico y personalizado que caracteriza al fútbol.

En los ejemplos analizados de la publicación en español «La Marca», hemos identificado tres funciones principales de la modalidad subjetiva empleada por los especialistas: expresar valoraciones positivas, confianza y suposiciones; expresar valoraciones negativas; e intensificar el significado de los acontecimientos. Empleando medios artísticos como metáforas, hipérboles, epítetos, oxímoron y metonimias, los

oradores elaboran sus declaraciones para transmitir confianza y optimismo sobre acontecimientos concretos. Este enfoque tiene buena acogida entre el público, ya que la gente suele responder más favorablemente a la información enmarcada positivamente. Las valoraciones positivas suelen generar mayor satisfacción y entusiasmo entre los lectores. En el discurso futbolístico, las palabras introductorias, las construcciones y las expresiones fraseológicas se utilizan a menudo para aumentar la expresividad, la descriptividad y la subjetividad.

Al comunicar confianza o suposiciones positivas mediante evaluaciones cargadas de emoción, los oradores pretenden captar la atención de la audiencia. Tales afirmaciones reflejan la confianza del autor y su visión positiva de los acontecimientos futuros, lo que en última instancia anima a la audiencia a continuar siguiendo el periódico y su contenido. La comunicación positiva y segura fomenta la confianza y el interés, aumentando la probabilidad de que la audiencia se comprometa con futuros materiales. Por el contrario, las mismas modalidades subjetivas se emplean para expresar críticas, tristeza o aspectos negativos de los acontecimientos. La visión negativa de los acontecimientos puede crear un efecto manipulador que implique al orador en la crítica y la reflexión, añadiendo dramatismo y emoción que también cautivan a la audiencia. Intensificar el significado de los acontecimientos sirve para mantener el interés de la audiencia y motivarla a seguir a sus clubes y partidos favoritos en la publicación.

Nuestro estudio reveló que la mayoría de los textos presentaban una valoración positiva del tema por parte del autor, lo que sugiere que «La Marca» se esfuerza por crear un ambiente favorable para atraer a un público más amplio interesado en los distintos clubes. Cabe destacar que la publicación presta una atención considerable al Real Madrid, lo que puede explicar la prevalencia de sentimientos positivos, ya que se evita criticar en exceso al club de la capital, motivo de orgullo en el fútbol español. Aunque la intensificación del significado se da con menos frecuencia, no está muy lejos de las connotaciones positivas, ya que la exageración llama la atención del lector sobre detalles concretos, atrayendo a un público más amplio. Las valoraciones negativas son las menos frecuentes, pero contienen elementos críticos cruciales que fomentan

diversas opiniones y actitudes en los lectores sobre determinados acontecimientos. Debido a su marcada naturaleza evaluativa, el discurso futbolístico presenta un área compleja e intrigante para futuras investigaciones lingüísticas, ya que ofrece perspectivas sobre cómo el lenguaje transmite emociones y los factores que influyen en este proceso.