

Міністерство освіти й науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет гуманітарних наук
Кафедра загального і слов'янського мовознавства

Магістерська робота

освітньо-науковий ступінь – магістр

на тему: **«Лексико-семантичні особливості дискурсу українських та
польських футбольних фанів»**

Виконала: студентка 2-го року
навчання,
Спеціальності
035.01 Філологія
(українська мова та
література);
Освітньо-наукової програми:
*Теорія, історія української
мови та компаративістика*
Грабчак Мар'яна Іванівна

Керівник: Лучик А. А.
доктор філологічних наук,
професор

Рецензент _____

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою « _____ »

Секретар ЕК _____
« _____ » _____ 2024 р.

Київ – 2024

Зміст

Вступ	4
Розділ 1. Теоретичні засади вивчення футбольного дискурсу	7
2.2 Поняття дискурсу у сучасних лінгвістичних студіях	7
1.2 Особливості футбольного дискурсу	11
1.3 Лексико-семантичні властивості мовної системи і дискурсу	13
1.4 Специфіка футбольної лексики і її місце у складі загальної лексики окремої мови	16
1.5 Футбольні фани і властивості їхньої мовотворчості.....	20
Висновки до розділу 1	23
Розділ 2. Лексико-семантичні особливості дискурсу українських футбольних фанів	25
2.1 Мікрополе «територія» в українському футбольному дискурсі.....	25
2.2 Мікрополе «боротьба» в українському футбольному дискурсі.....	28
2.3 Мікрополе «любов» в українському футбольному дискурсі	30
2.4 Мікрополе «віра» в українському футбольному дискурсі	31
2. 5 Мікрополе «колір» в українському футбольному дискурсі	33
2. 6 Мікрополе «небесна символіка» в українському футбольному дискурсі	35
2.7 Мікрополе «тварини» в українському футбольному дискурсі	36
2.8 Мікрополе «їжа» в українському футбольному дискурсі	38
2.9 Мікрополе «алкогольні напої» в українському футбольному дискурсі	39
2.10 Мікрополе «вірність» в українському футбольному дискурсі	40
2.11 Мікрополе «вболівальники» в українському футбольному дискурсі	41
Висновки до розділу 2	43
Розділ 3. Лексико-семантичні особливості дискурсу польських футбольних фанів	46
3.1 Мікрополе «боротьба» у польському футбольному дискурсі	46
3.2 Мікрополе «вболівальники» у польському футбольному дискурсі.....	51
3.3 Мікрополе «любов» у польському футбольному дискурсі.....	55
3.4 Мікрополе «колір» у польському футбольному дискурсі.....	58
3.5 Мікрополе «територія» у польському футбольному дискурсі	60

3.6 Мікрополе «вірність» у польському футбольному дискурсі	63
3.7 Мікрополе «віра» у польському футбольному дискурсі	64
3.8 Мікрополе «алкогольні напої» у польському футбольному дискурсі	66
Висновки до розділу 3	67
Розділ 4. Зіставний аналіз лексико-семантичних особливостей дискурсу українських та польських фанів	69
Висновки до розділу 4	72
Загальні висновки	73
Список використаної літератури:.....	78

Вступ

Футбольне видовище приваблює тисячі глядачів, котрі захоплені майстерністю спортсменів. Особливу увагу привертають вболівальники, котрі у своїх піснях та зарядах виражають почуття, віру в команду та перемогу.

Актуальність обраної теми дослідження зумовлена необхідністю розгляду сучасних лексико-семантичних особливостей футбольного дискурсу, що панує в Україні та Польщі. Для справжнього вболівальника футбол – це не лише гра, це значно більше. Це любов до тієї однієї команди, що житиме в серці до останніх днів, що розпочинається з першого побаченого матчу та не завершується ніколи. Це емоції, що вирують на футбольному полі. Насолода від гри, радість від забитого голу, ейфорія від перемоги, біль від пропущеного м'яча, крик після невдалого перехоплення та розпач після поразки. Усе це панує на стадіоні та відображається у піснях та зарядах фанатів. Це життя, яке кожен палкий вболівальник присвячує одній команді. Ні поразки, ні низькі рейтинги не можуть змусити фаната відмовитись від свого клубу, адже він залишається відданим своїм кольорам, незважаючи на всі негаразди.

Окрім того, футбол – явище міжнародне, команди виступають на світовій арені, їхні фанати демонструють не лише футбольну, а й свою національну позицію, прославляють рідну країну та мову. Важливо дослідити та зіставити дискурс різних країн, щоб прослідкувати за властивими спільними та відмінними лексико-семантичними особливостями.

Питання українського футбольного дискурсу досліджували такі науковці: А. Колмикова, І. Процик, Я. Соловйова, Ю. Струганець, Д. Яструб; устрій футбольного світу польських футбольних фанатів – А. Годзіч (Шемберська), А. Непитальська-Осецька, М. Солінський та інші. Їхнім завданням було дослідити футбольну термінологію, соціолект футбольних фанів. У цій роботі ми вперше розглядаємо лексико-семантичні особливості дискурсу фанатів на основі пісень та речівок вболівальників у зіставному аспекті.

Мета роботи – встановити спільні і відмінні лексико-семантичні особливості дискурсу українських та польських вболівальників на прикладі угруповань футбольних клубів «Динамо» Київ, «Карпати» Львів, «Легія» Варшава та «ЛКС» Лодзь.

Поставлена мета передбачає розв’язання таких **завдань**:

- 1) зібрати та проаналізувати елементи дискурсу футбольних фанатів;
- 2) виявити, систематизувати та охарактеризувати основні лексико-семантичні особливості в мовленнєвій діяльності українських вболівальників;
- 3) виявити, систематизувати та охарактеризувати основні лексико-семантичні особливості в мовленнєвій діяльності польських вболівальників;
- 4) зіставити основні особливості дискурсу українських та польських фанатів.

У роботі використано такі **методи дослідження**: зіставний, аналітико-синтетичного опрацювання джерел, описовий, контекстного аналізу, кількісних підрахунків.

Об’єктом дослідження є особливості дискурсу фанатів футбольних клубів «Динамо», «Карпати», «Легія» та «ЛКС», а **предметом** – лексико-семантичні засоби, використані у творчості ультрас.

Матеріалом дослідження стало мовне середовище груп підтримки українських та польських футбольних клубів «Динамо», «Карпати», «Легія» та

«ЛКС». Для аналізу дискурсу вболівальників ми обрали лише усне мовлення фанатів, а саме пісні, заряди, речівки, вірші, що лунають на стадіонах. Усього зібрано та проаналізовано 149 текстів пісень-зарядів, з яких використано 299 прикладів.

Теоретична цінність. Отримані результати доповнюють дослідження лексико-семантичної системи футбольного світу, надають нові уявлення про устрій світу футбольних вболівальників. Проаналізовані матеріали можуть стати надійним фундаментом для досліджень інших галузей, зокрема соціолінгвістики та соціолектології.

Практична цінність. Матеріали дослідження можуть бути використані для укладання словників футбольної лексики, а також для розширення тлумачних словників шляхом додавання нових значень.

Апробація матеріалів дослідження. Основні тези роботи оприлюднено на VII та VIII Всеукраїнській науковій конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Мовний простір сучасного світу».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків та списку використаних джерел, що налічує 30 позицій.

Розділ 1. Теоретичні засади вивчення футбольного дискурсу

2.2 Поняття дискурс у сучасних лінгвістичних студіях

Мова – вагомий компонент суспільства, слугує засобом комунікації, презентує людину та її соціальну позицію. Питання відношення мови й суспільства привертало чимало уваги лінгвістів, важливою постала потреба в понятті, що охарактеризувало б це явище. У 1952 році американський лінгвіст З. Харріс опублікував статтю «Аналіз дискурсу», в якій вжив термін «дискурс» на позначення зв'язку мови з комунікативною ситуацією. Цим поняттям дослідник назвав «послідовність речень, вимовлених або написаних однією або кількома людьми в певній ситуації» [24; с. 2. Тут і далі переклад – Грабчак М. І.].

У 1971 році французький лінгвіст Е. Бенвеніст запропонував інше тлумачення дискурсу. На його думку, дискурс – це «будь-яке висловлення, що зумовлює наявність комунікантів: адресата, адресанта, а також наміри адресанта певним чином впливати на свого співрозмовника» [21; с. 209]. Такий підхід до розуміння цього поняття дав змогу вченому розділити усне та писемне мовлення на використання мови (дискурс) і результат цього процесу (текст). Розвивати ідеї Е. Бенвеніста продовжив М. Фуко, котрий визначив дискурс як «сукупність висловлювань остільки, оскільки вони належать до тієї самої мовної формації; вона не утворює риторичної або формальної єдності, яка може бути безліч разів повторена й появу або використання якої в історії можна зафіксувати (і пояснити в разі необхідності); вона визначається обмеженою кількістю висловлювань, для яких можна визначити сукупність умов існування» [19; с. 187]. Дослідник вважав, що кожній галузі властиво мати власний дискурс, саме це слугувало початком розрізнення різних типів дискурсу. На початку 80-х років Т. ван Дейк

запропонував повернутись до ідей цілісності дискурсу й тексту, окрім того, до аналізу комунікативної ситуації залучив позамовні чинники, що значно розширило межі поняття. Під терміном «дискурс» лінгвіст розумів «складне комунікативне явище, яке включає в себе текст (усний чи письмовий) та екстралінгвістичні фактори (цілі адресата, думки, установки, знання про світ), які необхідні для розуміння тексту» [14; с. 124].

У сучасній українській лінгвістиці досі немає єдиного погляду на визначення поняття «дискурс», хоча цим питанням займається чимало вчених. За сучасним лінгвістичним словником А. Загнітка, дискурс тлумачиться як «комунікативна подія, що може бути описана або як послідовність пов'язаних один з одним мовленнєвих актів (або висловлень), або як певна послідовність речень, що складають основу такого опису» [6; с. 206]. Окрім того, у словнику подано п'ять найбільш поширених значень цього терміна:

- 1) інтерактивний і трансактивний тип комунікативної діяльності з різними формами вияву й відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюючись стратегіями та тактиками учасників спілкування; синтез когнітивних, мовних і позамовних чинників, які формують мовленнєві жанри й мовленнєві акти;
- 2) зв'язний текст у контексті багатьох конститувальних і фонових чинників — соціокультурних, психологічних та ін.; текст, занурений у життя з усім спектром позамовних чинників і подій; текст у сукупності соціокультурних, прагматичних, психологічних та інших чинників;
- 3) замкнена цілісна комунікативна ситуація (подія), у яку занурено текст і комунікантів, що є результатом різних чинників (останні опосередковують спілкування та розуміння (до них належать соціальні, культурні, етнічні та інші чинники));
- 4) мовлення, здебільшого усне/ стиль, підмова мовленнєвого спілкування;

5) зразок мовленнєвої поведінки, що відбувається у відповідній соціальній сфері, з відповідним інвентарем змінних (політичний, науковий, медичний та інший дискурс) [6; с. 206-209].

О. Селіванова виокремлює чотири основні значення дискурсу:

- 1) зв'язний текст у контексті численних супровідних фонових чинників – онтологічних, соціо-культурних, психологічних, текст, «занурений» у життя;
- 2) замкнута цілісна комунікативна ситуація (подія), складниками якої є комуніканти й текст як знаковий посередник, зумовлена різними чинниками, що опосередковують спілкування й розуміння (соціальними, культурними, етнічними);
- 3) стиль, підмова мовного спілкування;
- 4) зразок мовленнєвої поведінки в певній соціальній сфері, що має певний набір змінних. [13; с. 568-569].

Проте дослідниця зазначає, що найбільш доцільним варто вважати друге тлумачення та надає власне визначення дискурсу як «комунікативної події, що онтологічно існує як цілісна комунікативна ситуація на підставі процесуальності комунікативного акту» [13; с. 572].

Ф. Бацевич досліджував природу дискурсу та надав власне тлумачення терміна, згідно з яким дискурс – це «тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [1; с.138].

Немає єдиного погляду на тлумачення поняття «дискурс» і у польській лінгвістиці. Польська гуманітарна енциклопедія подає таке визначення дискурсу: «будь-яка комунікація, довша за речення» [22]. Б. Вітош зазначає, що саме соціальні фактори визначають природу дискурсу, та тлумачить це поняття як «взаємозв'язок між реченнями та соціальними значеннями і діями» [29; с. 65]. М. Войтак розуміє цей термін як «сукупність комунікативних практик, пов'язаних з певною сферою людської діяльності» [30; с. 17].

Мовознавці досі сперечаються про те, що саме варто називати терміном «дискурс», але всім властиво зараховувати до цього явища соціальні та культурні обставини ситуації. У своїй роботі ми продовжимо теорію Ф. Бацевича, що звертає увагу на чинники формування спілкування й тексту, та розумітимемо дискурс як поєднання мовленнєвих і мисленнєвих дій учасників комунікативної ситуації, що пов'язані з лінгвальними та екстралінгвальними факторами.

Важливим постає питання про типологію дискурсу. Т. Маслова вважає, що доцільно виокремлювати два типи, звертаючи особливу увагу на комунікативно-соціальний критерій.

- 1) Персональний (особистісно-орієнтований, розмовний) дискурс виражає безпосередню розмову між знайомими один одному комунікантами. Як правило, метою спілкування постає передавання інформації, вплив на слухача та спроба зрозуміти його внутрішній світ.
- 2) Інституційний (статусно-орієнтований) дискурс властивий певній соціальній групі, учасники котрої повинні дотримуватися встановлених правил спілкування [9; с. 39].

Розмаїття сфер людської діяльності спричинило досить розгалужену типологію інституційного дискурсу, що постійно оновлюється та розширюється,

щоб охопити всі різновиди професійно-орієнтованої комунікації. Наразі прийнято виділяти такі типи: академічний, політичний, дипломатичний, юридичний, судовий, педагогічний, релігійний, спортивний, науковий, військовий, сценічний, медичний, діловий, рекламний та мас-медіальний [10; с. 40].

1.2 Особливості футбольного дискурсу

Футбол – гра мільйонів. Таке визначення вживається цілком доречно для окреслення гри в м'яч, адже цей вид спорту привертає увагу мільйонів глядачів, котрі не мислять свого життя за межами стадіону. Для палких поціновувачів футбольного світу це спосіб існування, основне завдання якого підтримати улюблену команду.

Футбол вважається одним з найдавніших видів спорту. Точну дату початку ери футболу встановити досі не вдалось, проте відомі факти, що ще в Стародавньому Римі існував аналог сучасного спорту – гра з м'ячем, яка мала назву «сферомахія» [20; с. 10]. Сучасний футбол з'явився в Англії в XIX ст. [20; с. 14].

Історія українського та польського футбольного явища бере свій початок в 1890-х роках. Перший офіційний матч і України, і Польщі було проведено у 1894 році у Львові між місцевими гравцями і командою із Кракова, цей поєдинок тривав лише 7 хвилин, до першого голу, і закінчився перемогою української команди. З 1900 року почали з'являтися перші офіційні футбольні клуби двох держав, гравцями яких були робітники й моряки з Європи [9].

З поширенням футболу почала формуватися й навколофутбольна діяльність. Уболівальники почали відвідувати стадіони, складати пісні та речівки про улюблену команду, щоб підтримувати її під час матчу. Одинокі фанати знайшли своїх однодумців та перетворились у велику футбольну спільноту, якій властиві власні особливі правила, закони і найголовніше – унікальна мова, зрозуміла лише своїм. Активність футбольних вболівальників, що з часом лише багатшала та розквітала, дозволяє виокремлювати футбольний дискурс серед типів дискурсу.

І. Процик визначає футбольний дискурс як «будь-який мовлений і написаний текст, що стосується теми футболу; усна мовленнєва діяльність і письмовий текст, наскрізно об'єднані футбольним змістом і дотичні до футбольної сфери» [12; с. 71]. Дослідниця здійснює ґрунтовний аналіз цього типу дискурсу та дає йому таку характеристику: офіційно-діловий тип; усна і письмова форма водночас; монологічне і діалогічне мовлення; формальний (офіційний) і неформальний (неофіційні) типи; адресний тип дискурсу, спрямований на футболістів та уболівальників; опосередкований живою мовою чи текстовим матеріалом [12; с. 69-70].

У своїй роботі ми розуміємо футбольний дискурс як мовленнєві та мисленнєві дії, що пов'язані з футбольною тематикою.

1.3 Лексико-семантичні властивості мовної системи і дискурс

Для дослідження дискурсу футбольних вболівальників важливим постає завдання проаналізувати лексико-семантичну систему світу фанатів, оскільки за допомогою лексичних одиниць формується комунікація між гравцями та їхніми прихильниками. Окрім того, мова найбільше надбання кожного народу. Вона відображає історичні процеси, формує культуру та колективну пам'ять, поглинаючи всі зміни, як лінгвальні, так і позалінгвальні. Як зазначає Л. Лисейко: «Лексико-семантична система – це результат тривалого розвитку історії, культури народу, відображених у мові» [9].

У Сучасному лінгвістичному словнику лексико-семантична система тлумачиться як «один із рівнів мовної структури, що складається із слів та їхніх значень; упорядкована множинність лексичних і фразеологічних одиниць, співвіднесених і водночас протиставлених за своїм значеннями та будовою» [7; с. 284]. Польські дослідники розуміють лексико-семантичну систему як «словниковий запас, що розуміється як внутрішньо впорядковане ціле, яке складається з мовних знаків (слів), пов'язаних між собою семантичними відношеннями» [22].

Про системну цілісність лексики говорив ще у XVIII ст. К. Гумбольдт у своєму вченні про «внутрішню форму мови» [11; с. 115]. У XIX ст. М. Кочерган зазначає, що слова завжди орієнтуються на своїх системних партнерів, а не існують ізольовано [9]. Такої ж думки дотримується і Ф. Жилко, котрий вважає: «Лексичне значення слова ніколи не існує (функціонує) окремо. Воно завжди пов'язане семантичними відношеннями (ідентичності й диференційності) з лексичним значенням іншого слова або лексичними значеннями кількох (багатьох) слів. Отже, лексичне значення певного слова семами ідентичності, спільними з іншим словом

(словами), має також інформацію і про останнє. Лексичне значення окремого слова ніколи не буває відокремленим або ізольованим» [5; с. 30].

Лексико-семантична система формується на синтагматичних, парадигматичних та епідигматичних відношеннях; слова перебувають в різних опозиціях та об'єднуються в парадигми: у лексико-семантичні поля, тематичні групи, лексико-семантичні групи [9].

За Сучасним лінгвістичним словником, лексико-семантичне поле – це «фрагмент дійсності, що може бути описаний певною мовою за допомогою відповідної лексичної підсистеми» [7; с. 70]. Г. Межжеріна звертає увагу на те, лексико-семантичне поле – це сукупність лексичних одиниць, що пов'язані спільним значенням [11; с. 117]. На думку К. Близнюк, лексико-семантичне поле – це «сукупність пов'язаних за змістом лексем, що позначають близькі або подібні явища позамовної дійсності, вступають між собою в системні семантичні відношення, виявляють зв'язок з іншими лексичними утвореннями відповідної мови та формують упорядкований комплекс» [2; с. 21]. Великий словник польської мови подає таке значення – «набір слів, пов'язаних із загальним терміном, які можуть зустрічатися у схожих контекстах» [28]. Виокремлення певного поля відбувається за принципом семантичної ідентифікації, враховується «не тільки зовнішня, а й внутрішня, семантична, спільність формальних показників» [11; с. 117].

Досліджувати лексико-семантичне поле можна методом членування його на тематичні групи, лексико-семантичні групи та мікрополя.

Тематична група об'єднує слова різних частин мови, що мають спільний відрізок дійсності [3; с. 76]. Л. Лисиченко звертає увагу на те, що «в тематичній групі слова пов'язані не мовними зв'язками, а позамовними, через реалії, які

виражаються в них. Угрупування тематичних груп базується на внутрішніх зв'язках між предметами і явищами дійсності й зумовлюється предметно-логічними ознаками [17; с. 188].

Лексико-семантична група – це «певна кількість слів, що об'єднуються за спільною семантичною ознакою, семою, наявною в значенні кожного з них, незалежно від структури самого слова» [6; с. 179]. Для одиниць лексико-семантичної групи характерна категоріальна спільність, що «забезпечує цілісність як змісту, так і форми» [6; с. 179]. Виокремлення лексичних одиниць в межах однієї лексико-семантичної групи здійснюється шляхом семантико-логічної ідентифікації.

К. Близнюк вважає, що найбільш продуктивним та доцільним методом аналізу лексико-семантичного поля є членування його на мікрополя, та подає таке тлумачення поняття: «семантичне мікрополе – структурна частина лексико-семантичних інтегральних сем, що їх об'єднують» [2; с. 34]. Такого погляду ми дотримуватимемося у своїй роботі та аналізуватимемо лексеми, що позначають футбольну дійсність, в межах мікрополів для детального опису лексико-семантичних особливостей футбольного дискурсу.

1.4 Специфіка футбольної лексики і її місце у складі загальної лексики окремої мови

Упродовж історії розвитку футбольна сфера стала самостійною галуззю, для якої властивий унікальний лексикон. Особлива мова, відома лише колу обраних, футбольних фанатів, формує соціальну спільноту, що розділяє світ на «своїх» та «чужих».

Першою властивою рисою в футбольній лексиці як в окремій галузі вважається наявність власної термінологійної бази. Ю. Струганець у праці «Семантика, структура, функціонування футбольної лексики в українській літературній мові початку ХХІ століття» розділяє футбольну термінологію на три різновиди: загальноспортивні, міжгалузеві спортивні та власне футбольні терміни. До першого типу дослідник зараховує такі поняття: *«аутсайдер, гра, гравець, змагання, лідер, рекорд, спортсмен»*; до другого – *«автогол, асистент, аут, блокування, ворота, гандикап, гол, гравець матчу, дербі, дриблінг, ліга, м'яч, офсайд, очко, передача, поєдинок, порушення правил, спринт, тактична схема, трансферне вікно, удар, фінт, центрфорвард, штрафний майданчик»*; до третього – *«вінгер (бічний атакуючий півзахисник), інсайд (витіснений назад гравець лінії атаки, розташований між лінією нападу та лінією півзахисту), катеначо (тактична схема у футболі, яка робить акцент на обороні і використанні тактичних помилок суперника), корнер (кутовий удар), латераль (крайній захисник), одинадцятиметровий удар, або пенальті (штрафний удар із відстані в одинадцять метрів)»* [16; с. 42-43].

Окрім термінів, футбольна спільнота вирізняється своїм унікальним лексиконом, властивим лише для вболівальників. Ю. Сруганець називає такі лексеми професійним жаргоном та надає таке визначення цьому поняттю: «неофіційні, але загальноприйняті фахівцями певної сфери розмовні спеціальні слова чи словосполучення» [16; с. 62]. На думку вченого, до цієї категорії лексики варто зараховувати наступні: *«опорник* (опорний півзахисник), *основа* (основний склад команди), *бісіклета* (удар через себе), *паненка* (спосіб виконання пенальті, при якому м'яч по навісній траєкторії підсікається у ворота), *шістка* (нижній кут воріт), *дев'ятка* (верхній кут воріт)» [16; с. 62].

І. Процик у своїй праці «Футбольна лексика у формальному та неформальному дискурсах» дотримується такої ж думки та розділяє футбольний жаргон на такі категорії:

1) назви дій і процесів: *бетонувати ворота* (створювати надійну оборону воріт), *вимикатися* (втікати від футболістів-суперників), *зробити воротаря* (обдурити, знешкодити воротаря), *горіти* (програвати), *кібіцувати* (уболівати), *кіксувати* (невдало копати в м'яч), *крити* (перекривати вихід футболіста протилежної команди до воріт), *мастити* (перемагати з великим рахунком), *стрілити* (вдарити м'ячем у ворота) та інші;

2) назви осіб, причетних до футбольної сфери: *ас* (людина, найліпша в якійсь сфері), *зірка* (найкращий гравець), *король стрільців* (бомбардир, футболіст, який здобуває найбільше голів), *косинер* (той, хто збиває з ніг), *партач* (поганий, невмілий гравець), *пехман* (людина, яку переслідують невдачі), *шпак* (гравець, який перейшов до іншої команди) та інші;

3) назви результату дії: *баняк* (гол), *бомба* (удар у ворота), *віконце* (верхній кут воріт), *гачок* (підніжка), *епітет* (словесна образа, лайка), *клітка* (стадіон),

робінзонада (вдала, ефектна гра воротаря), *шус* (потужний, сильний удар) та інші [12; с. 225-234].

Проте дослідниця звертає увагу на те, що такі жаргонізми не становлять цілісної системи, лише виконують емоційно-експресивну функцію. Також І. Процик зазначає, що варто говорити про футбольний соціолект, що відображає мовну картину світу вболівальників та становить більш цілісну та унікальну систему [12; с. 261]. Соціолект – «різновид загальнонародної мови, що характеризується специфічними лексичними та фразеологічними засобами, вживаними в середовищі окремих соціальних, професійних, вікових та інших груп» [7; с. 334]. До футбольного соціолекту дослідниця зараховує такі лексеми: *«грядка* (стрій фанатів у секторі), *тема* (римовані куплети, які вигукують у фан-секторах), *заряд* (вигук, гасло, куплет чи пісня), *заряджати* (вигукувати скандування під час матчу), *нон-стоп* (безперервна звукова підтримка упродовж кількох хвилин), *роза* (шалик клубних кольорів із відповідною символікою), *шиза* (активна підтримка улюбленої команди на стадіоні), *стаф* (речі, реквізити, необхідні для вболівання), *виїзд* (поїздка фанатів в інше місто, країну на виїзний матч своєї команди), *двійник* (поїздка на два виїзні матчі), *слем* (спонтанна штовханина), *сапорт* (організована, активна підтримка команди), *споукмен* (людина, яка керує підтримкою сектора фанатів), *драмер* (фанат- барабанщик), *матч-дей* (день гри) та інші» [12; с. 263-273].

Польські лінгвісти, котрі досліджували дискурс футбольних фанатів, також зазначають, що вболівальники становлять унікальну соціальну спільноту, якій властива своя особлива мова, що вирізняє їх серед інших груп. Проте існує чимало версій, яку назву варто застосовувати до цієї лексики.

А. Годзіч (Шемберська) посилається на науковця А. Собреро та використовує термін «спеціальна мова», під яким розуміє «набір маркованих слів, що

використовуються членами певної групи, для яких ця лексика залишається зрозумілою» [23; с. 124]. До цієї категорії лексики дослідниця зараховує такі слова: *karpy* (карний), *krycie* (кримтя), *pressing* (пресинг), *okno transferowe* (вікно трансферів) [23; с. 127]. Також А. Годзіч (Шемберська) звертає увагу на те, що така особлива лексика може називатись «футбольна мова», «мова футболу», «мова, що стосується футболу» [23]. Такі визначення демонструють унікальність футбольної лексики, проте, на нашу думку, вживати їх не раціонально, оскільки це дасть змогу виокремлювати мови різних професій та соціальних груп, що позбавить цілісності лексичну систему, що буде поділена на дрібні групи.

А. Непитальська-Осецька пропонує вживати термін «спортивні професіоналізми», який тлумачить як «слова, що вживаються професіоналами в неформальних ситуаціях та які зазвичай мають експресивний характер» [25; с. 21]. Як приклад цієї групи дослідниця наводить слово *cieszynka* (потіха) – прояв радості гравця після здобуття очка або забитого гола у грі [25; с. 23].

Підсумовуючи, варто сказати, що унікальний лексикон футбольних фанатів, представлений термінами, жаргонами та соціолектом, формує самостійну соціальну групу, котра відмежовується від інших своєю мовою.

1.5 Футбольні фани і властивості їхньої мовотворчості

Для кожного відданого фаната футбол – це особлива сторінка життя, наповнена радістю, болем, емоціями, що вирують на стадіоні. Це справа, що вимагає постійної активної участі та займає всі думки. Вболівальники не мислять свого існування без своєї команди, яку завжди активно підтримують та прославляють.

І. Процик зазначає, що усі футбольні фани поділяються на категорії залежно від стилю вболівання. Дослідниця виокремлює такі типи:

- 1) ультрас – організована група підтримки, що вболіває за допомогою власного співу, оплесків, прапорів, банерів та транспорантів;
- 2) хулігани – група радикально налаштованих фанатів, яким властиво проявляти агресію щодо фанів інших клубів;
- 3) карлюки – юні, недосвідчені фанати;
- 4) кузьмичі – звичайні вболівальники, котрі не беруть участі в активній підтримці команди;
- 5) скарфери – фанати, які носять шарф зі символікою улюбленої команди;
- 6) дударики – уболівальники, котрі підтримують команду за допомогою дудок;
- 7) мовчуни, або тихарі – ті фани, що зазвичай мовчать на стадіоні;
- 8) симпатики – вболівальники, котрі приходять на футбол okazionalno [12; с. 263-273].

М. Солінський дослідив устрій фанатського світу поляків та виокремив три типи вболівальників на стадіоні:

- 1) пікнікарі – фани, котрі приходять лише подивитися футбольний матч, активно не вболівають за команду, для них матч – це пікнік;
- 2) ультрас – група вболівальників, котрі активно підтримують свій клуб, цікавляться його життям та історією;
- 3) хулігани – фанати, котрі мало цікавляться самою грою, а приходять на стадіон, щоб протистояти вороже налаштованим фанатам суперника [26].

Українські та польські футбольні фанати відомі своєю активною громадянською позицією. Вони миттєво реагують на всі події, що пов'язані як зі світом футболу, так і життям цілої країни. Це сміливі оборонці своєї думки, котрі не бояться осуду та покарання. Деякі їхні дії видаються надто жорсткими, але вони завжди виступають за правду та справедливість, вони говорять те, на що інші бояться наважитись.

Коли Україна переживала важкі часи під час Революції Гідності, футбольні вболівальники активно пропагували за збереження незалежності та державного суверенітету рідної держави. У цей час на стадіонах з'явилися нині відомі всім гасла *«Слава Україні – Героям Слава»*, *«Пісня про путіна»*, *«Хто не скаже, той москаль»*, а також інші – *«В єдності – сила!»*, *«Від Сяну до Дону – братерство, єдність, соборність!»*, *«Воїнам слава!»*, *«Воля України або смерть!»*, *«В своїй хаті своя й правда, і сила, і воля»*, *«Єдина, вільна, соборна Україна!»*, *«Жовто-блакитні прапори, ми непереможні – шаблі догори!»*, *«Ми сильні нашою любов'ю до України!»*, *«Об'єднані заради України»*, *«Єдина, вільна, соборна Україна!»*, *«Одна, єдина, соборна Україна!»*, *«Разом ми – сила!»*, *«Соборна Україна»*, *«Україна єдина»*, [12; с. 323].

У цей час всі футбольні фанати вирішили об'єднатись в одну футбольну спільноту, в якій немає розрізнення за «Динамо» чи за «Шахтар», усі – за Україну. Тринадцятого лютого 2014 року фанатські угруповання різних клубів підписали маніфест про встановлення безстрокового перемир'я між українськими ультрас, епіграфом якого є такий вислів: *«Від Луганська до Карпат фанат фанату – друг і брат»* [12; с. 321]. Саме цим вболівальники показали, що всі ми перш за все – українці, патріоти своєї держави та захисники її суверенітету.

Повномасштабне вторгнення внесло свої корективи в організацію футбольного світу. Відважні фанати з першого дня оголошеної війни взяли до рук зброю та досі захищають кордони своєї держави, зберігаючи у серці любов до рідного клубу та неньки України.

Своєю активною громадянською позицією польські фанати не поступаються українцям. Вони сміливо обороняють свої права та не бояться покарання. Одним із прикладів яскравого протистояння футбольних фанатів та уряду Польщі можна назвати ситуацію, що виникла між Дональдом Туском та вболівальниками «Леха» Познань. Урядовець, не задоволений поведінкою фанатів, вирішив закрити стадіон, що викликало чимало обурень у прихильників футбольного світу. Цей конфлікт переріс у справжню війну, фанати скандували: *«Nie róbtu polityki, zamykajmy stadiony»* (*«Не будемо займатися політикою, закриємо стадіони»*) та співали образливі пісні про Туска. Все ж таки їм вдалось вибороти перемогу та отримати бажане [27].

Стосунки польських та українських фанатів важко назвати добрими, адже майже всі матчі, в яких зустрічались команди сусідніх країн, завершувались жорсткими бійками. Проте ситуація змінилась після 24 лютого 2022 року. Польські вболівальники офіційно висловили свою підтримку українцям та

неодноразово скандували пісні про путіна. Крім того, багато фанів доєднались до Іноземного Легіону ЗСУ та допомагають вибороти перемогу нашій державі.

Висновки до розділу 1

У першому розділі з'ясовано походження терміна «дискурс», описано зміни значення протягом століття на основі праць Ф. Бацевича, Е. Бенвеніста, Т. ван Дейка, А. Загнітка, О. Селіванової та М. Фуко. Також розглянуто дослідження польських лінгвістів, зокрема Б. Вітоша та М. Войтак. Продовжуючи теорію Ф. Бацевича, визначено власне тлумачення дискурсу як поєднання мовленнєвих і мисленнєвих дій учасників комунікативної ситуації, що пов'язані з лінгвальними та екстралінгвальними факторами.

Оскільки футбольні фанати формують окрему соціальну спільноту з власними правилами та законами, а головне – з унікальною мовою, виокремлено поняття футбольний дискурс, який визначено як мовленнєві та мисленнєві дії, що пов'язані з футбольною тематикою.

Для розгляду лексико-семантичних особливостей спершу варто проаналізувати теоретичні напрацювання про лексико-семантичну систему. Для цього подано визначення цього поняття в українському та польському мовознавстві, опираючись на лінгвістичні словники. Праці К. В. Гумбольдта, М.

П. Кочергана, Ф. Жилка, Г. Межжеріної, Л. В. Лисейко, Л. А. Лисиченко та К. Близнюк допомогли розкрити особливості структурної організації системи, зокрема згадано про лексико-семантичне поле, семантичне мікрополе, лексико-семантичну та тематичну групи.

Також описано футбольний лексикон, що вже був предметом вивчення українських та польських дослідників, зокрема І. Процик, Ю. Струганця, А. Годзіч (Шемберської) та А. Непитальської-Осецької. Вдалося з'ясувати, що футбольна лексика унікальна та оригінальна. Цій галузі властивий власний термінологічний апарат, а також лексика, насичена жаргоном та соціолектом.

Проаналізовано устрій фанатського світу, визначено типи та характеристику українських та польських футбольних вболівальників. Окрім того, варто зазначити, що фани – це не лише група підтримки футбольної команди на стадіоні під час матчу, це активні захисники своєї суспільно-політичної позиції. Вони виступають за збереження традиційних цінностей, незалежності держави та відважно захищають її кордони у війні з ворогом.

Розділ 2. Лексико-семантичні особливості дискурсу українських футбольних фанів

2.1 Мікрополе «територія» в українському футбольному дискурсі

Центральне місце у дискурсі фанатів займає мікрополе «територія», до якого входять лексеми *місто*, *Київ*, *Львів*, *Стамбул*, *москва*, *Україна*, *Галичина*. Вболівальники – вірні патріоти своєї землі, тому їхні пісні та заряди містять згадки про батьківщину, про рідний край, що завжди буде в серці.

Особлива увага звертається на лексему *місто*, адже це місце сили вболівальників, до нього ставляться з шаною та повагою. Тому у своїх піснях та зарядах вони й оспівують його: «За **містом** муром стій і ми з тобою!», «З **міста** каштанів, що на Дніпрі», «Я з **міста**, де каштани квітнуть так, як ніде у світі», «Єдине **місто** – Київ милий», «Спить натомлене **місто** мирним, лагідним сном».

Окрім того, київські фанати принагідно згадують, що їхню домівку захопили суперники («Шахтар» Донецьк наразі виступає в Києві, місті команди «Динамо»): «В **місті** завелись кроти».

Центральне місце займають власні назви на позначення рідних міст футбольних клубів – *Київ* та *Львів*. Хоча також згадують і про інші, зокрема про *Стамбул* та *москву*.

Рідне місто команди «Динамо» – *Київ*. Вболівальники ототожнюють себе з ним, прославляють та оспівують його у своїх піснях та зарядах: «**Київ** — це ми!», «Тільки **Київ**, тільки ми-ии», «Наша команда — Динамо **Київ**», «Прославляйте Ви **Київ**», «**Киийів**, «Динамо» **Киийів**, «Динамо» **Киийів** назавждииииии!», «Лунає над **Києвом** – «Гол!», «Разом «Динамо» – це велика дружня сім'я. Це гордість **Києва**. Це українська душа», «Проте я з **Києва**, я вірний реальний

*патріот», «Тому що «Динамо» дорівнює **Київ**», «**Київ** чекає на гол», «Як тебе не любити, **Києве** мій!», «Єдиний колір – синьо-білий, єдиний прапор – синьо-жовтий, єдине місто – **Київ** милий, єдиний клуб – «Динамо» сильний».*

Про Київ згадують і львівські фанати, котрі очікують на матч з динамівцями та прагнуть перемогти: *««Карпати» грають вправно й ладно», «В порядку» хімія командна... Зіграєм з **Києвом** потужно, як кислота... як розчин лужний!».*

Рідне місто команди «Карпати» – *Львів*. Як і київські фанати, львів'яни згадують своє місто у піснях та зарядах, висловлюючи свою шану: *«І Кубок знов буде у **Львові**, буде і золото у нас!», «Хто найкращий є у **Львові** – **Львів-«Карпати»!**», «Із півночі на південь! Із заходу на схід! Зелено-білі леви. Порвали усіх! **Львів! Львів! Тільки Львів**».*

Згадують у своїх піснях та зарядах фанати й інші міста, наприклад, київські вболівальники говорять про *Стамбул*, що розташований за 1542 км від столиці України, наголошуючи, що готові навіть таку відстань долати пішки заради своєї команди: *«Ми за улюблену команду навіть гори звернемо. І пішки до **Стамбула**, якщо потрібно, дійдемо».*

Окрім того, у дискурсі українських фанів є згадка про місто сусідньої країни, що розпочала війну на українській землі – *москву*. Вболівальники як найбільш сміливі та відважні громадяни захищають державу на полі бої, а у своїх піснях та зарядах бажають тим, хто порушив наш мир та спокій, лише загибелі: *«Нехай **москва** лежить в руїнах, а нам на це начхати! За нами вся велика Україна, і ми йдемо весь світ завоювати! Смерть, смерть москалям!».*

Згадують українські фанати і про свою державу – *Україну*. Представляючи свою країну на міжнародній арені, гравці й вболівальники прагнуть, щоб про їхню батьківщину почув увесь світ, особливо це актуально в час, коли Україна бореться зі своїм ворогом та потребує підтримки світу. У своїх піснях та зарядах фанати акцентують увагу на тому, що вони саме з цієї країни, яку поважають усією своєю душею. Наведемо приклади: *«Хто найкращий в Україні – Львів-«Карпати»!!»*, *«За нами вся велика Україна і ми підтримуєм «Карпати»!!»*, *«За нами вся велика Україна, і ми йдемо весь світ завоювати!!»*, *«Час нам стати номером 1, чемпіоном України»*, *«Це голос столиці, це гордість України, єдиний клуб у серці – і це «Динамо» Київ»*, *«Це найкраще в Україні, і це наше «Динамо»»*, *«І наше тріо велике з куточків України: «Карпати», «Дніпро» і «Динамо» Київ»*, *«Лине пісня над Україною!!»*, *«Україна – то земля свята!!»*.

Окрім того, фанати оспівують батьківщину та висловлюють їй найщиріші побажання: *«Буде вільна Україна, буде Ненька самотійна! Батько Бандера ще до нас прийде! Гей! Він за Україну всіх нас поведе! Гей!!»*, *«Повстане з колін Україна. Ми бачим цей день в даліні»*.

Львівські фани не оминають і свій етнографічний район – *Галичину*. У своїх піснях та зарядах вони стверджують, що це їхній рідний край, рідна земля, яку вони представляють. Наведемо приклади: *«Наш рідний край – то є Галичина, а Україна – то земля свята! Вперед «Карпати» Львів! Вбивайте ворогів!!»*.

Отже, у дискурсі футбольних вболівальників вагове значення відіграють лексеми на позначення території. Фанати висловлюють свою любов до рідного міста, а також бажають загибелі ворогам своєї землі.

2.2 Мікрополе «боротьба» в українському футбольному дискурсі

Друге місце за кількістю лексем у складі займає мікрополе «боротьба», яке формують такі найменування: *бій, битись, перемога, перемагати* та *ворог*. Футбол – це змагання, основною метою якого постає бажання продемонструвати свою велич та незламність, довести могутність та першість. Для фанатів це справжня війна, яка не припиняється навіть після фінального свистка. Команди на полі вважають своїх опонентів запеклими суперниками, котрих потрібно знищити. Тому матч можна ототожнювати з поєдинком, під час якого гравці б'ються за перемогу, забиваючи голи. Уболівальники у своїх піснях висловлюють підтримку клубу та закликають боротися, битися, нищити ворогів та виборювати перемогу.

За тлумачним словником, *бій* – це «сутичка ворожих військ, боротьба за певний предмет» [15; Т. 1, с. 179]. У фанатському дискурсі досить часто звучать заклики саме до бою, тобто до перемоги над суперником: «Здатні на більше ніколи не відступають **в бою!**», «Вперед, «Динамо»! Вперед **до бою!**», «Біло-сині йдуть **до бою!** Тільки Київ, тільки ми», «Ми гордо несемо наш прапор і разом **до бою** йдемо», «Божже, дай нам сили бути точними **в бою!**»; «Вперед, «Карпати», вперед **до бою!** Твої фанати завжди з Тобою!», «Разом ми рвемось **у бій!**».

Уболівальники також використовують лексему *битись*, що має значення «удаватися до бійки, бити кого-небудь; воювати, боротися проти кого-небудь, за щось [15; Т. 1, с. 170]. Наведемо приклади: «**Бийтись** за перемогу», «**Бийтись**, поки є сили і коли вже нема», «Так, нас **били, били**, нас ламали. Але знову й знову ми вставали».

Боротьба триває заради перемоги, тому для фанатської творчості характерними є слова *перемога* та *перемагати*, які означають успіх у бою і

остаточну поразку суперника [15; Т. 6, с. 230]. Наведемо приклади: *«До перемоги разом йдемо, і чемпіоном буде «Динамо»!»*, *«Вперед, «Динамо»! До перемоги!»*, *«Перемо-ооожною ходою ми здолаєм ворогів»*, *«Непереможне «Динамо», кращих за Вас не знайти! Наше велике «Динамо»! Ти переможець завжди!»*, *«Ми непереможні – Шаблі до гори»*, *«Кожний з н-ааа-с надію має, що ми пе-ре-мо-же-мо»*, *«Бийтесь за перемогу! Забивайте голів»*, *«Це команда, що на полі буде до кінця стояти! Віддасть всі сили, щоб лише перемагати»*, *«На перемогу даруєш надію, тому що «Динамо» дорівнює Київ»*, *«Вперед до чемпіонства, ми чекаємо перемог»*, *«Єдина квітка – це троянда, єдине щастя – перемога»*, *«Разом зможемо ми все, перемога понад усе»*, *«Лише «Динамо», лиш кияни! Завжди усі ми будем з вами! Вперед! Потрібна перемога...»*, *«А ми йдемо! А ми йдемо! Йдемо і в успіх віримо. І наш футбольний клуб «Карпати» до перемоги ведемо!»*, *«Шарфи літають у всі боки, «Карпати» знов перемогли!»*, *«Народжений перемагати народний клуб ФК «Карпати»!»*, *«Неначе смак води гірської «Карпати» зі своєю грою! Неначе Черемош та Прут – «Карпати», що перемагають тут»*, *«Разом йдемо перемагати»*, *«Знову світиться табло, на стадіоні ми давно! «Карпати» будуть грати і знов перемагати»*.

Команду та фанатів іншого клубу ототожнюють з ворогами, адже саме з ними потрібно боротися. *Ворог* – це супротивник, недруг, суперник, з котрим ведеться боротьба [15; Т. 1, с. 739]. Наприклад: *«Вороги хай забирають ноги»*, *«Переможною ходою ми здолаєм ворогів»*, *«Відгуки від сектора завжди тільки дружні, сила, що без зупинки ворогів кружить»*; *«Вперед, «Карпати» Львів! Вбивайте ворогів!»*.

Отже, вживання лексем на позначення боротьби та тих, що семантично близькі з нею, підтверджують, що футбол – це боротьба, змагання за перемогу над ворогом, якого потрібно «вбивати».

2.3 Мікрополе «любов» в українському футбольному дискурсі

Лексеми *серце, любов, любити та улюблений* формують третє за кількістю лексем мікрополе «любов». Кожний фанат відводить особливе місце у своєму серці для улюбленої команди. Це любов, що ніколи не згасає, адже той, хто пофарбував своє життя у кольори клубу, не зможе про них забути. Про це зазначають вболівальники і у своїх піснях та зарядах, у яких висловлюють свою прихильність до клубу.

Однією з найуживаніших лексем, що формують мікрополе, постає *серце*, що вважається символом «зосередження почуттів, настроїв, переживань» [15; Т. 9, с. 141]. Українські вболівальники звертають увагу на те, що в їхньому серці лише улюблена команда, з якою вони завжди будуть поруч. Наведемо приклади: *«Колір біло-синій у наших серцях! Назавжди! В наших **серцях!**»*, *«За наш клу-ууб ми всі горю-ю. Він **у серці** назавжди»*, *«Твої кольори! **В серці** назавжди!»*, *«Б'ються наші **серця** в одному дотику з м'ячем»*, *«Єдиний клуб **у серці** – і це «Динамо» Київ»*, *«І Твої барви зелено-білі У нашім **серці** назавжди!»*, *«Мільйон **сердець** — одне биття, «Карпати» Львів — на все життя!»*, *«Палка любов і **серця** спів, «Карпати» Львів, «Карпати» Львів!»*.

Представлена також лексема *любов*, що має значення «почуття глибокої сердечної прихильності» [15; Т. 4, с. 564]. Фанати демонструють свої почуття у своїх піснях та зарядах: *«Не за горами перемоги, і незабаром виїзд знов, і на футбольних стадіонах покажем до «Карпати» **любов**»*, *«Палка **любов** і **серця** спів, «Карпати» Львів, «Карпати» Львів!»*. Крім того, відверто стверджують, що люблять свою команду: *«Хтось **любить** горілку, а українець сало. Я ще **люблю** «Карпати» і перемоги мало. Панк **любить** анархію, а хіні люблять мир. А я*

люблю «Карпати», «Карпати» – бомбардир. І я звичайно прийду на стадіон. «Карпати» не «Динамо», «Карпати» – чемпіон».

Використовують уболівальники й лексему *улюблений*, під якою розуміють того, хто «викликає почуття любові» [15; Т. 10, с. 432]. У випадку з фанатами це їхня команда, про яку вони і згадують у своїх піснях та зарядах: *«Ми за улюблену команду навіть гори звернемо. І пішки до Стамбула, якщо потрібно, дійдемо».*

Отже, у своїх піснях та зарядах футбольні уболівальники за допомогою лексем на позначення любові виражають свої щирі почуття до обраної команди.

2.4 Мікрополе «віра» в українському футбольному дискурсі

Наступне місце за кількістю лексем займає мікрополе «віра», що складається з понять *Бог, некло, храм, віра*. Футбол – це релігія, яку сповідують гравці та уболівальники, якій служать як праведні вірянини, дотримуючись усіх постулатів. За тлумачним словником, в переносному значенні релігія тлумачиться як те, «що сліпо наслідують, чому поклоняються» [15, Т. 8, с. 498]. Саме так і можна описати почуття фанатів до свого клубу.

Найголовнішим у релігії вважається Бог, від якого залежить доля кожної людини. У своїх піснях-зарядах фанати постійно звертаються до Бога, аби він допоміг команді здобути перемогу. *Бог* – це надприродна істота, котра створила світ, керує ним та всіма людьми [15; Т. 1, с. 207]. Наведемо приклади: *«Боже,*

додай нам сили й вогню», *«**Боже**, дай нам сили бути точними в бою», «Той, хто з неба, дав нам шанс», «Незламна віра у команду, бо наша сила йде від **Бога**», «Вперед! Потрібна перемога... За те й попросим ласки в **Бога!**».*

Трапляється лексема *пекло*, за віруваннями християн, яке знаходиться під землею, саме туди потрапляють грішні душі для вічних мук [15; Т. 6, с. 111]. Фанати київського клубу згадують про цю реалію у своїх текстах, бажаючи своїм ворогам опинитись там, наприклад: *«Хай всі зрадники згинуть, хай у **пеклі** горять»*. А також щоб продемонструвати свою налаштованість на гру: *«І щоб перемогти, ми в **пекло** ладні йти»*.

Вживають уболівальники у своїх піснях також лексему *храм*, адже ця святість дарує кожному надію на перемогу: *«За тобою стіни Софійського **храму!** Перемога наша! Вперед, «Динамо»!!!», «На п'єдестал стають непереможні хлопці, і славу їм співає святий Софіїв дзвін»*.

Неодноразово трапляється лексема *віра*, котре позначає упевненість у здійсненні заповітного бажання [15; Т. 1, с. 679] – *«З **вірою** в душі, з іскрою в очах», «Ми **віримо** у це – і далі будемо, без **віри** будь-яка людина – це просто опудало», ««Динамо», ми **віримо** в тебе», «**Вірю** в наші сили, разом зможемо ми все», «Незламна **віра** у команду», «Ми щиро **вірим**: буде за вами нова нескорена ще висота!»*.

Отже, використовуючи лексеми на позначення віри, уболівальники постають справжніми вірянами, котрі постійно звертаються до Бога, вірять в його силу та чекають на допомогу.

2. 5 Мікрополе «колір» в українському футбольному дискурсі

Лексема *колір*, що загально описує наявність забарвлення, та лексеми *білий*, *синій*, *зелений*, що вказують на конкретні барви, формують мікрополе «колір». Саме колір постає одним з найбільш важливих засобів ідентифікації як гравців, так і вболівальників. Він показує належність людини до певного колективу, розділяючи футбольний світ на своїх та чужих. Відповідно до регламенту команди повинні мати свої кольори, але таке розрізнення не має важливого значення. І фанати, і гравці ставляться з особливою шаную до барв рідного клубу, для них це символ поваги, любові й підтримки команди.

Колір – це «світловий тон чого-небудь; забарвлення» [15; Т. 4, с. 225]. Вболівальники вважають, що футболісти захищають саме кольори свого клубу. Підтвердженням цього слугують слова динамівських фанатів: «*Твої кольори! В серці назавжди! Будем берегти!*».

Офіційні кольори футбольного клубу «Динамо» Київ – *білий і синій*, або ж *блакитний*. Ці барви символізують світлі й чисті думки, саме такими є прагнення всього динамівського колективу. *Білий* – це символ чистоти й святості, світла й добра [4; с. 38]. *Синій і блакитний* вважаються символом справедливості, доброї слави й походження [4; с. 538-539]. Також це кольори неба й води, які, як відомо, символізують мир і спокій. Із цими барвами також асоціюються електрика і динамо-машина, які свідчать про постійний рух, потужність і могутність.

У своїх піснях та зарядах динамівські фанати досить часто використовують лексеми на позначення клубних барв, наголошуючи, що це колір їхнього серця, життя. Наприклад: «*З вірою в душі, з іскрою в очах, колір біло-синій у наших серцях!*», «*Біло-сині блискавки шалені!*», «*У біло-блакитних «тройндах» знову цвістиме весь світ!*», «*Найяскравіша на небі біло-блакитна зоря! Твоя зоря,*

*«Динамо»!»», «Вперед **біло-сині** фанати! Піднімемо вище наш стяг», «Зелене поле, **біло-сині** прапори! Сьогодні в моді наші кольори», «Наче панцир мій **біло-синій** світер», «І знову м'яч, наче живий, тріпоче в сітці, і знову серце **біло-синє** калатає в грудях», «Що означає бути **біло-синім**, розкажи? – Значить боротися щосили, навіть якщо лежиш!», «**Синьо-біла** кров кипить», «Синьо-білі кольори – наша віра і любов», «Зібрались ми усі разом. Підняли руки догори, наші шарфи і прапори у **біло-сині** кольори», «Єдиний колір – **синьо-білий**».*

Офіційні кольори футбольного клубу «Карпати» Львів – зелений і білий. Як зазначено вище, білий колір символізує чистоту. Зелений постає символом надії, адже пов'язаний з весною й зеленими полями, які повинні рясно вродити, також символ молодості й радості [4; с. 242]. Окрім цього, зелена барва клубу асоціюється із зеленню Карпат, з їхньою могутністю й твердістю.

Львівські фанати у своїй творчості дещо рідше використовують кольорову символіку свого клубу порівняно з київськими. Наведемо приклади: *«**Зелено-білі** наші прапори! Гей! Ми непереможні – шаблі догори! Гей!», «Гей догори! Гей догори! **Зелено-білі** прапори. Шарфи літають у всі боки, «Карпати» знов перемогли!», «Із півночі на підень! Із заходу на схід! **Зелено-білі** леви порвали усіх!», «І Твої барви **зелено-білі** у нашій серці назавжди!».*

Отже, для дискурсу футбольних фанатів характерно використовувати клубні кольори, щоб продемонструвати свою належність до колективу та визначити, хто свій, а хто чужий.

2. 6 Мікрополе «небесна символіка» в українському футбольному дискурсі

Найменшим за кількістю лексем постає мікрополе «небесна символіка», що складається з понять *небо*, *зірка*, *сонце* та *блискавка*.

Небо у тлумачному словнику української мови пояснюється як «видимий над поверхнею землі повітряний простір у формі купола» [15; Т. 5, с. 249]. У своїх піснях та зарядах фанати згадують про небо, віддаючи шану Богу, на якого сподіваються та який, за давніми віруваннями, живе саме там: «*Той, хто з неба, дав нам шанс*». Також небо постає символом висоти та величі, що проявляється у таких рядках: «Найяскравіша **на небі** біло-блакитна зоря!», «Посміхнеться з **неба** зорями футбол!», ««Динамо» долонями **в небо**», «І лине **в небеса** наш величавий гімн».

За тлумачним словником української мови, *зірка* – це «самосвітне небесне тіло» [15; Т. 3, с. 576]. Саме вони мають особливе значення для киян. Дві зірки зображені на емблемі футбольного клубу й символізують уже здобуті досягнення: перша – з нагоди п'ятнадцятиріччя товариства; друга – завоювання десятого чемпіонського титулу. Зорі київського «Динамо» ведуть уперед своїх гравців і вболівальників, підтвердженням цього є тексти пісень: «*Зірки над ромбом, як дороговказ, який веде мене*», «Найяскравіша на небі біло-блакитна зоря!», «Посміхнеться з неба зорями футбол!», «Тільки уперед! Тільки до зірок! Тільки «Ди-на-мооооо»!!!».

Згадують вболівальники і про *сонце* – «центральне небесне світило сонячної системи» [15; Т. 9, с. 458]. Наведемо приклади: «Де видно вранці, як **сонце** обіймає вітер, де наче панцир мій біло-синій світер», «Стяг висвічує **на сонці**».

Лексема *блискавка*, що тлумачиться як «зигзагоподібна електрична іскра» [15; Т. 1, с. 199], також наявна в піснях та зарядах фанів: *«Біло-сині блискавки шалені... Наша команда — це клуб «Динамо»!»*.

Отже, лексеми, що формують мікрополе на позначення небесної символіки, у піснях та зарядах фанатів демонструють амбіції спільноти та прагнення досягати вершин.

2.7 Мікрополе «тварини» в українському футбольному дискурсі

У дискурсі футбольних вболівальників можна виокремити й мікрополе «тварини», до складу якого входять різноманітні лексеми, що позначають певний вид звірів та птахів – *кріт, ворона, собака, лев*.

Krit – «невеликий комахоїдний ссавець, що живе під землею» [15; Т. 4, с. 358], а також це неофіційна назва донецьких футболістів. Основним конкурентом «Динамо» вважається «Шахтар» Донецьк, матчі цих команд мають особливе значення для обох клубів та вирізняються напруженням, боротьбою, навіть бійками. Назва кріт не тільки не подобається представникам команди, а й ображає їх. Київські фанати не змогли не використати цей момент, коли основні суперники переїхали до Києва, міста команди «Динамо», та почали встановлювати свої правила. Заряд *«В місті завелись кроти»* яскраве підтвердження факту, що кияни не задоволені своїми гостями, адже кріт постає символом «підступного інтригана».

Цікаво, що свою неофіційну назву – *бобри* – київські фанати не використовують у своїх піснях та зарядах. Хоча бобер вважається символом наполегливості та працьовитості, динамівцям таке порівняння не до вподоби .

У своїх піснях фанати «Динамо» Київ згадують також й інші тварини, проте не надають їм символічного значення: «**Собака** любить м'ясо, **ворона** любить сир, а я люблю Динамо, Динамо – мій кумир».

Лев – «великий хижий звір родини котячих з короткою жовтою шерстю і довгою пишною гривною у самців» [15; Т. 4, с. 458]. Також це неофіційна назва команди «Карпати» Львів, тому львівські фанати у своїх піснях та зарядах згадують свій командний символ, свій талісман, іншу назву своїх гравців. Лев, як відомо, цар звірів, могутній та непереможний, саме такими вболівальники бачать футболістів рідного клубу: «Хто ми? **Лев**и! Хто ми? **Лев**и! Хто ми є? Зе-ле-ні **ле-ви**», «Немає команди кращої ніж ми – **Зелені леви** забивні!!!!», «Із півночі на південь! Із заходу на схід! Зелено-білі **леви** порвали усіх!». Згадують львівські фанати й іншу тварину – *орла*, який теж вважається сильним та незламним: «Усі гравці *Карпат*, немов гірські **орли**. Удар і ще удар, ворота м'яч таранить. І сонце на табло висвітлює голи».

Отже, фанатам властиво вживати лексеми на позначення різних тварин, одні відіграють функцію дратівника для опонентів, інші слугують символом команди та надійний талісманом, у той же час деякі не мають жодного особливого значення та використовуються лише для порівняння.

2.8 Мікрополе «їжа» в українському футбольному дискурсі

Лексеми *м'ясо, сир, буряк, сало* та *холодець*, що позначають назви продуктів та страв, формують мікрополе «їжа». Ця тема досить поширена в дискурсі українських футбольних фанів, проте вболівальники не надають їй символічного значення, а вживають для підсилення опису.

Лексеми *м'ясо, сир, буряк* та *сало* у зарядах вболівальників використано для порівняння: *«Собака любить м'ясо, ворона любить сир, а я люблю «Динамо», «Динамо» – мій кумир», ««Динамо» (Київ), як буряк, з якого зроблений ... первак! Ото напій не для маленьких... Бо гріє душу та серденько!», «Хтось любить горілку, а українець сало. Я ще люблю «Карпати» і перемоги мало».*

Лексема *холодець*, що позначає страву з варених компонентів, що не вирізняються стійкістю, постає уособленням гравців команди суперника. Використовуючи її, вболівальники застерігають своїх опонентів, погрожують перемогти, знищити їх: *«Зробимо з вас ... холодець, бо «Динамо» – гри взірець! Переможна в нас хода, а у вас – не гра, біда!».*

Отже, більшість лексем на позначення їжі у вживаються лише для порівняння, хоча існує й така, що слугує уособленням конкурентів та постає символом майбутньої поразки для суперника.

2.9 Мікрополе «алкогольні напої» в українському футбольному дискурсі

Наступним за кількістю лексем можна виокремити мікрополе «алкогольні напої», що складається з таких понять: *пиво, горілка та вино*. Львівські фанати у своїй творчості акцентують увагу на цій темі. Чим підтверджують думку багатьох, що футболу без *пива* не існує. Популярністю користуються також *горілка та вино*.

Як правило, ці лексеми не містять жодного символізму і вживаються у своєму прямому значенні. Наведемо приклади: «Рок-н-рол, **пиво** і футбол, львівські «Карпати» заб'ють ще гол», «Хтось любить **горілку**, а українець – сало»; пісня на мотив «Розпрягайте, хлопці, коней»: «Забивайте, хлопці, гола, та й лягайте спочивать. А ми підемо до центру, перемогу святкувать! Вип'єм файне львівське **пиво**, вип'єм чарочку **вина**. Щоби хлопці добре грали, не боялись нічого».

Отже, львівські фанати використовують у своїх піснях та зарядах лексеми на позначення алкогольних напоїв, які вживають, щоб відсвяткувати перемогу над суперником, та не надають їм додаткового символічного змісту.

2.10 Мікрополе «вірність» в українському футбольному дискурсі

Наступне мікрополе, яке можна виокремити у фанатському дискурсі, це мікрополе «вірність», яке формують такі лексеми: *завжди*, *вірний* та *відданий*. Однією з основних рис справжнього вболівальника вважається його вірність команді. Незалежно від результату матчу фанати завжди залишаються зі своїм клубом. Після тріумфальної перемоги чи після нищівної поразки фани приходять на стадіон знову та продовжують підтримувати своїх гравців, висловлювати свою любов до рідних кольорів, про це вони зазначають і у своїх піснях та зарядах.

Найчастіше фанати вживають лексему *завжди*, щоб продемонструвати свою вірність команді, що означає «у будь-який час, повсякчас, постійно» [15; Т. 3, с. 44]. Тобто вболівальники наголошують, що постійно будуть зі своїми гравцями та не зрадять їх навіть у важкі часи. Наведемо приклади: *«Якщо поразка чи спад у грі, ми, вболівальники, **назавжди** з вами! Не тільки в radoщах, а й у біді»*, *«За наш клу-ууб ми всі горою-ю, він у серці **назавжди**»*, *«Твої кольори! В серці **назавжди!**»*, *«Вперед, «Карпати», вперед до бою. Твої фанати **завжди** з Тобою, і Твої барви зелено-білі у нашій серці **назавжди!**»*.

Окрім того вживаються лексеми *вірний* та *відданий*, що мають тотожне значення – «постійний у своїх поглядах і почуттях» [15; Т. 1, с. 578, 680]. У своїх піснях та зарядах фани смілива називають себе такими, адже впевнені у своїх почуття до обраної команди: *«**Вірний** традиціям, я **вірний** їм змолоду»*, *«І я **відданий** своїй команді, хоч буває так, що результат матчу розчаровує нас, проте я з Києва, я **вірний** реальний патріот»*. *«Ми **відданні** реально, запам'ятайте це»*.

Отже, футбольні фанати, використовуючи лексеми завжди, вірний та відданий, демонструють свою вірність команді.

2.11 Мікрополе «вболівальники» в українському футбольному дискурсі

Лексеми *вболівальник* та *фанат*, що називають того, хто хвилюється за свою команду, формують мікрополе «вболівальники». У своїх піснях та зарядах фани згадують і про себе, про підтримку команди, що завжди поруч, закликає до перемоги та налаштовує на поєдинок. І. Процик, як зазначалось вище, виокремлює такі назви фанатів: ультрас, хулігани, карлюки, кузьмичі, скарфери, дударики, мовчуни та симпатики. Проте самі ж вони послуговуються лише двома згаданими лексемами.

За тлумачним словником української мови, *уболівальник* – це той, «хто непокоїться, турбується про кого-, що-небудь, співчуває комусь» [15; Т. 10, с. 359]. Окрім того у словнику подано ще одне тлумачення, властиве спортивним змаганням – «Пристрасний любитель» [15; Т. 10, с. 359]. Саме такими і зображують себе вболівальники у своїх піснях та зарядах: «*Ми, вболівальники, назавжди з вами! Не тільки в радощах, а й у біді*», «*Змінилася форма, герби, прапора, та не змінюється вболівальник*».

Іншою лексемою на позначення вболівальники є *фанат*. Хоча тлумачний словник не подає значення, можемо стверджувати, що у піснях та зарядах поняття фанат тотожне вболівальнику. Наведемо приклади: «*Вперед, біло-сині фанати. Піднімемо вище наш стяг*», «*Фанати всі підтримують тебе*», «*12-й фанат завжди з вами, завжди буде рад*», «*Гол за голом «Карпати» забивай. Львівські фанати, в бою не відступай!*», «*Вперед, «Карпати», вперед до бою! Твої фанати завжди з Тобою*».

Отже, для самоназви прихильники футбольних клубів використовують лише дві лексеми – *вболівальник* та *фанат*.

Висновки до розділу 2

Проаналізований лексичний склад дискурсу українських футбольних фанів упорядкований в 11 мікрополів: «територія», «боротьба», «любов», «віра», «колір», «тварини», «їжа», «алкогольні напої», «вірність», «вболівальники» та «небесна символіка».

Перше мікрополе «територія» вміщує найбільшу кількість лексем, серед яких: *місто, Київ, Львів, Стамбул, москва, Україна, Галичина*. У такий спосіб фанати висловлюють свою шану та повагу до рідної сторони.

Друге мікрополе «боротьба» представлене лексемами *бій, битись, перемога, перемогати* та *ворог*. Це дозволяє стверджувати, що футбол все ж таки асоціюється з боротьбою, але не звичайною, а символічною – боротьбою за м'яч, за 3 очки, за перемогу, за чемпіонство.

Третє мікрополе «любов» складається з лексем *серце, любов, любити, улюблений*, які доводять, що почуття, яке відчують вболівальники до своєї команди не що інше, як любов.

Четверте мікрополе «віра» представлене такими лексемами: *Бог, пекло, храм, віра*. Їхнє вживання підтверджує те, що фанати щиро вірять у свою команду та в її перемогу, а на допомогу їм приходять святі храми та Бог.

П'яте мікрополе «колір» складається з лексеми *колір*, що загально називає забарвлення, та конкретних назв – *білий, синій, зелений*. У своїх піснях та зарядах фанати звертають увагу на те, що це їхні рідні барви, які вони завжди берегти будуть та захищатимуть.

Шосте мікрополе «небесна символіка» вміщує лексеми *небо, зорі, сонце та блискавка*, які ведуть київських гравців та вболівальників уперед, до висот та чергового чемпіонства.

Сьоме мікрополе «тварини» представлене такими лексемами: *кріт, лев, собака, ворона*. Використання таких найменувань має різні функції. Насамперед, деякі з них це неофіційні назви команд, які вживають вболівальники для підбадьорення своїх гравців та для знуцання над суперниками. Інші – не мають символічного значення, відіграють лише роль порівняння.

Восьме мікрополе «їжа» формують лексеми *м'ясо, сир, сало, холодець*. Здебільшого вони використовуються лише для порівняння, хоча можуть також уособлювати суперників, яких прагнуть знищити фанати.

Дев'яте мікрополе «алкогольні напої» складається з таких лексем: *пиво, горілка, вино*. Вони не містять жодного символічного значення, лише передають бажання вболівальників відсвяткувати майбутню перемогу.

Десяте мікрополе «вірність» представлене лексемами *завжди, вірний, відданий*, що демонструють глибоку прив'язаність фанатів до своєї команди, яку вони ніколи не зрадять.

Одинадцяте мікрополе «вболівальники» формують лексеми *уболівальник, фанат*. Використовуючи власні найменування, фани лише підтверджують, що вони завжди поруч зі своєю командою, навіть у піснях та зарядах.

Лексика, якою послуговується футбольний світ, досить багата й різноманітна. До свого активу фанати залучають поняття з різних галузей, підлаштовуючи їх на свій лад, ніби даруючи їм новий зміст у новому житті. Так, реалії, які вже давно закоренилися в свідомості громадян, набувають яскравих фарб і звучать по-іншому, по-футбольному. У піснях лунають заклики до бою, до перемоги,

уболівальники прагнуть знищити своїх ворогів, які відрізняються барвами, що так цінні для кожного учасника. Прагнуть стати переможцями будь-яким способом, навіть якщо доведеться пройти пекло, але не забувають про Бога та сподіваються на його допомогу. Особливими для київських фанатів постають зірки, котрі, як дороговказ, ведуть до перемоги, а бажання її гучно відсвяткувати для львівських уболівальників.

Розділ 3. Лексико-семантичні особливості дискурсу польських футбольних фанів

3.1 Мікрополе «боротьба» у польському футбольному дискурсі

Перше місце за кількістю лексем у складі займає мікрополе «боротьба», яке представлене такими найменуваннями: *walka* (боротьба), *bój* (бій), *zwycięstwo* (перемога), *niepokonani* та *niezwyciężeni* (непереможні), *mistrzostwo* (чемпіонство), *mistrz* (чемпіон), *lider* (лідер), *porażka* (поразка) та *wróg* (ворог). Для кожного фаната суперники його команди – це запеклі вороги, про мир з котрими ніхто навіть не наважиться говорити. Саме ця особливість яскраво виражена у польських вболівальників, котрі битимуться до крові за честь та ім'я свого клубу. Такого ж запалу вони очікують і від гравців, котрі мусять «битись» на футбольному полі, забивати голи, нищити суперників та прославляти свою команду. Саме тому у піснях та зарядах польських футбольних фанатів досить часто вживаються лексеми на позначення *walki* (боротьби), а також ті, що семантично близькі з цим поняттям.

За словником польської мови, *walka* (боротьба) – це «застосування сили або зброї проти окремих осіб або великих груп людей, які також застосовують силу або зброю, з метою змусити їх припинити опір» [28]. Очевидно, що у фанатському дискурсі йдеться лише про силу своєї команди, хоча зброєю можна назвати футбольну майстерність гравців, з допомогою якої спортсмени позбавляють своїх опонентів м'яча. Наведемо приклади вживання лексеми *walka* (боротьба): «*Śpiew na Galerze, a na boisku **walka**... To z miasta Łodzi, Stadionu Króla Armia!*» («На галерах спів, а на полі **боротьба**... Це з міста Лодзь, зі стадіону Королівської армії!»).

Представлена також лексема *bój* (*бій*), оскільки футбольний матч можна сміливо порівняти з боєм: команди виходять на поле з настановою отримати 3 очки в турнірну таблицю за будь-яку ціну. Польський словник подає кілька значень цього поняття. Перше загально описує *bój* (*бій*) як напружену та виснажливу боротьбу [28], друге розглядає лексему у контексті чемпіонату та висвітлює її як «складний і виснажливий поєдинок між двома спортсменами або спортивними командами» [28]. Під час гри нерідко трапляються сутички між гравцями двох команд та навіть між футболістами, котрі не задоволені рішенням арбітра, та тим, хто вирішує долю матчу. Проте найчастіше поняття бою вживається в переносному значенні та вживається для вираження серйозного ставлення до матчу та налаштованості на позитивний результат, для якого необхідно «знищити» опонента. У своїх піснях та зарядах фанати закликають гравців улюбленого клубу битись заради перемоги, тобто докладати максимум зусиль на футбольному полі: «*Za te barwy, za naszą stolicę pójdą w **bój** wierni Legii kibice*» («За ці кольори, за нашу столицю віддані вболівальники «Легії» підуть у *бій*»), «*Do boju, “Legio”, marsz, marsz, marsz, marsz....*» (До бою, «Легіє», марш, марш, марш, марш»), «*Do boju “ŁKS”, do boju, “ŁKS”! Marsz, marsz, marsz, do boju marsz! Zwycięstwo czeka nas!*» («До бою, «ЛКС», до бою, «ЛКС»! Марш, марш, марш, марш, до бою марш! Перемога чекає на нас!»), «*Wiele tysięcy sympatyków klub swój do boju zagrzewa*» («Багато тисяч прихильників закликають до бою свій клуб»).

Лексема *zwycięstwo* (*перемога*) постає однією з найбільш вживаних, оскільки бажана для всіх учасників футбольного видовища. У словнику тлумачиться як «успішний результат боротьби або змагання для одного з учасників» [28]. Основною метою вболівальників на стадіоні є бажання зарядити гравців на перемогу, спонукати їх своїми піснями йти вперед та забивати голи: «*Dziś Warszawa czeka na zwycięstwo Twe*» («Сьогодні Варшава чекає на Твою

peremozy»), «**Zwycięstwo** czeka nas, do boju, “Legio”, marsz» («**Перемога** чекає на нас, до бою, «Легіє», марш!»), «“Legio”, **zwycięstwo** czeka nas», (««Легіє», **перемога** чекає на нас»), «*Tysiące fanów Twych zwycięstwa pragną dziś*» («Тисячі ваших фанів прагнуть **перемоги** сьогодні»), «*W Ciebie wierzymy, dzisiaj wygramy. Falę zwycięstwa znów porpłyniemy*» («Ми віримо в тебе, ми переможемо сьогодні. Ми знову будемо на хвилі **перемоги**»), «*Do boju, “ŁKS”, do boju, “ŁKS”! Marsz, marsz, marsz, do boju marsz! Zwycięstwo czeka nas!*» («До бою, «ЛКС», до бою, «ЛКС»! Марш, марш, марш, до бою! **Перемога** чекає на нас!»), «*Walczymy o zwycięstwo i nie cofniemy się*» («Ми боремося за **перемогу** і не відступимо»), «*Dla nas zwycięstwo, dla wroga śmierć*» («**Перемога** для нас, смерть для ворога»).

Футбольні вболівальники використовують лексеми *niepokonani* та *niezwyciężeni* (непереможні). Оскільки їм властива глибока віра у сили своєї команди, впевненість у гарному результаті, вони й називають себе так, маючи на увазі, що є тими, хто ніколи не зазнає поразки [28]. Наведемо приклади: «**Niepokonane miasto, niepokonany klub**» («**Непереможне місто, непереможний клуб**»), «*Jedna jedyna, niepokonana, EŁKSA kochana!*» («Єдиний і неповторний, **непереможний**, рідний ЕЛКСА!»), «*O “ŁKS-ie ” niepokonany*» («**Непереможний ЛКС**»), «*To jest Legii święty znak, jej kibice są niezwyciężeni, boi się ich cały świat*» («Це священний знак «Легії», її вболівальники **непереможні**, їх боїться весь світ»).

З перемогою тісно пов'язані лексеми *mistrzostwo* (чемпіонство) та *mistrz* (чемпіон), адже той, хто здобуває найбільше перемог, стає чемпіоном. Ці поняття пояснюються як «перше місце у спортивних змаганнях» та «людина, яка досягла успіху в певній галузі або діяльності з дуже високими навичками, що перевершують навички інших» [28] відповідно. Тому у фанатському дискурсі трапляються такі заклики: «*Na mistrzostwo Polski, czeka przecież cała Łódź*» («На **чемпіонат** Польщі, Все місто Лодзь чекає»), «*Dzisiaj w*

Łodzi święto jest, Mecz rozgrywa “ŁKS”. A że, **mistrzem** naszym jest, niech zwycięży “ŁKS”!» («Сьогодні в Лодзі свято, матч грає «ЛКС». І оскільки ми **чемпіони**, нехай «ЛКС» виграє!»), «А ты заспіваву пісню: Ole! **Mistrzem** “ŁKS”» («А ми заспіваємо пісню: Оле! **Чемпіон** – «ЛКС»»), «**Na mistrza**, przyszedł, przyszedł czas, **na mistrza** przyszedł czas, więc graj nam, “ŁKS-ie”, graj. **Na mistrza** przyszedł czas» («Прийшов час **чемпіона**, прийшов час **чемпіона**, тож грай для нас, «ЛКС», грай. Прийшов час **чемпіона**»), «Na wyjazdy ty jeździmy i śpiewamy ile sił, aby tylko nasz “ŁKS”, nasz “ŁKS” **mistrzem** był» («Ми йдемо і співаємо щосили, щоб тільки наш «ЛКС», наш «ЛКС» був **чемпіоном**»), «Lecz wierzymy, że “ŁKS” **mistrza** Polski będzie miał» («Але ми віримо, що «ЛКС» буде **чемпіоном** Польщі»), «**Mistrzem** Polski jest “Legia”» («**Чемпіон** Польщі – «Легія»»), «“Legia” **mistrza** Polski ma!» («**Чемпіон** Польщі – «Легія»»), «Polonia spalona, a “Legia” ma **mistrza**!» («Полонія згоріла, а «Легія» **чемпіон**!»), «Dzisiaj “Legia” **mistrza** Polski ma. Nasza “Legia” Warszawa» («Сьогодні «Легія» **чемпіон** Польщі. Наша «Легія» Варшава»), «**Mistrz, mistrz, “Legia” mistrz!**» («**Чемпіон, чемпіон, «Легія» чемпіон!**»), «Strzelić bramkę, by mecz wygrać, aby punkty zdobyć trzy, aby **mistrzem** Polski była nasza “Legia” z Warszawy» («Забити гол, виграти матч, набрати три очки, щоб наша «Легія» з Варшави стала **чемпіоном** Польщі»), «**Mistrza** już mamy» («У нас вже є **чемпіон**»), «Pokonamy “Lecha”, Wygramy mecz. **Mistrza** Polski będziemy mieć» («Ми переможемо «Леха», ми виграємо матч. **Чемпіон** Польщі буде у нас»), «Bawimy się dzisiaj ludzie! Bo “Legia” **mistrzem** jest!» («Ми сьогодні граємо, люди! Тому що «Легія» – **чемпіон**!»).

Окрім назви чемпіон, фанати вживають лексему *lider* (*лідер*), той, хто домінує та перемагає [28], щоб зарядити свою команду стати таким. Наведемо приклади: «*Mamy lidera, w Warszawie mamy lidera*» («У нас є *лідер*, у Варшаві є *лідер*»), «*Wróć do dawnej formy, na fotel lidera wróć*» («Поверніться до своєї старої форми, поверніться на місце *лідера*»).

Протилежною поняттю перемоги постає лексема *porażka* (*поразка*), що тлумачиться як «несприятливий для одного з учасників результат боротьби або змагання» [28]. Як правило, такого результату ніхто не очікує, тому у своїх піснях фанати наголошують, що не заслуговують на поразку: «*Nie dla nas jest porażki smak, nie dla nas forma zła*» («Не для нас *поразки* смак, не для нас погана форма»).

Оскільки вже неодноразово згадано про ворогів, варто відслідкувати цю лексему у фанатському дискурсі. За польським словником, *wróg* (*ворог*) – це особа, яка має «недружнє ставлення до іншої особи, бореться проти неї» [28]. Як зазначено вище, поляки до своїх суперників, до своїх ворогів ставляться з особливою неприязню, це і простежується у їхніх піснях та зарядах: «*Dla wroga śmierć*» («Ворогу смерть»), «*Tyle jeszcze jest meczów przed nami, tylu wrogów radnie u naszych stóp*», («Перед нами ще стільки поєдинків, стільки *ворогів* впаде до наших ніг»).

Отже, лексеми позначення *walki* (*боротьби*) дозволяють стверджувати, що футбольні вболівальники у своїх піснях та зарядах закликають гравців до бою, до перемоги та прагнуть знищити своїх ворогів.

3.2 Мікрополе «вболівальники» у польському футбольному дискурсі

Лексеми *kibic* (вболівальник), *fanatyk* (фанатик), *fan* (фан), *sympatyk* (прихильник) та *chuligan* (хуліган); *dopingować* та *wspierać* формують мікрополе «вболівальники». Підтримка команди, люди, котрі відкладають своє особисте життя, роботу, плани та віддаються на повну футболу, заряджають гравців на перемогу, прославляють рідну команду на стадіоні та за його межами, готові їхати в інший кінець країни, навіть світу, щоб бути поруч зі своїми гравцями, гордо скандувати їхні імена та назву свого клубу серед тисяч інших таких же фанатів. У піснях польських вболівальників досить часто можна помітити похвалу фанам, їхній підтримці та любові до клубу.

На позначення вболівальників існують різні назви. Хоча польські дослідники футбольного дискурсу виокремлюють пікнікарів, ультрас та хуліганів, у своїх піснях та зарядах фани називають себе по-іншому. Поширеними є *kibic* (вболівальник), *fanatyk* (фанатик), *fan* (фан), *sympatyk* (прихильник) та *chuligan* (хуліган).

Kibic (вболівальник) – «людина, яка цікавиться кар'єрою гравця або команди, за яку вона вболіває на спортивних заходах» [28]: «*Najwierniejsi kibice z miasta Łodzi*» («Найвідданіші вболівальники з міста Лодзь»), «*To ty, kibice Łodzi, Wódka nam nie szkodzi, za Łódź, za "ŁKS", pójdziemy, aż po życia kres*» («Ми вболівальники Лодзі, горілка нам не шкодить, за Лодзь, за «ЛКС», ми підемо, поки не помремо»), «*Gdzie jest taki klub kibica, co tak kocha własny klub*» («Де є такий клуб вболівальника, що так любить свій клуб»), «*Który klub na całym świecie ma kibiców tak jak Ty*» («Який клуб в світі має таких вболівальників, як Ти»), «*Tańczą go kibice, kibice, kibice. Tańczą go kibice Łódzkiego KS-u! Hej!*» («Це

танцюють **вболівальники, вболівальники, вболівальники**. Це танцюють **вболівальники** Лодзь КС! Хей!)), «*My kibice zawsze z Wami*» («*Ми, вболівальники, завжди з вами*»), «*Bo w Łodzi, bo w Łodzi, bo w Łodzi, gdzie najlepsi kibice w Polsce są, Elkaesie, Elkaesie, Elkaesie, Ty najlepszych kibiców w Polsce masz*» («*Тому що в Лодзі, тому що в Лодзі, тому що в Лодзі, найкращі вболівальники в Польщі Елкасіє, Елкасіє, Елкасіє, Елкасіє, у тебе найкращі вболівальники в Польщі*»), «*Biało-Czerwono-Biało się mieni. To kibiców Łódzkich znak, Ci kibice są nie zwyciężeni, boi się ich cały świat*» («*Біло-червоно-білий – це знак вболівальників з Лодзі, цих вболівальників не можна перемогти, їх боїться весь світ*»), «*Za kibicowski trud, za święte barwy Twe, za ten syreni gród, “Legio”, wygraj dzisiaj ten mecz*» («*За працю вболівальників, за Твої священні кольори, за цей русалчин замок, «Легіє», виграй сьогодні цей матч*»), «*Za te barwy, za naszą stolicę pójdą w bój wierni Legii kibice*» («*За ці кольори, за нашу столицю, вірні вболівальники «Легії» підуть у бій*»), «*To jest “Legii” święty znak, jej kibice są niezwyciężeni, boi się ich cały świat*» («*Це священний знак «Легії», її вболівальники непереможні, їх боїться весь світ*»), «*Tańczą go kibice, kibice, kibice. Tańczą go kibice “Legii”*» («*Це танцюють вболівальники, вболівальники, вболівальники. Це танцюють вболівальники «Легії»*»), «*Będą, będą kibice za “Legię” szli. Nie rokona nas już nikt!*» («*Вболівальники будуть, вони будуть слідувати за «Легією». Ніхто нас тепер не переможе!*»), «*Posłuchajcie bracia opowieści mej o kibicach i o “Legii” warszawskiej. Była młoda i waleczna, z roku na rok coraz lepsza, a jej trener z kibicami wódkę pił. CWKS CWKS CWKS to najlepszy w ekstraklasie zespół jest, on kibiców ma tysiące rozrabiają w całej Polsce*» («*Послухайте мою розповідь, брати, про вболівальників і про варшавську «Легію». Вона була молода і хоробра, з кожним роком ставала все кращою і кращою. А її тренер пив горілку з вболівальниками. CWKS CWKS CWKS CWKS CWKS – найкраща команда в Прем'єр-лізі, у неї тисячі вболівальників, вони влаштовують безчинства по всій Польщі*»), «*Najwspanialszy klub na świecie, co kibiców mnóstwo*

ma, każdy **kibic** wie, że przecież to jest “Legia” Warszawa» («Найкращий клуб у світі, який має багато **вболівальників**, кожен **вболівальник** знає, що це «Легія» Варшава»).

Fanatyk (фанатик) – «людина, яка надто палко дотримується якоїсь ідеї» [28]: «**Fanatycy z Galery ŁKS!**» («Фанатики з галери «ЛКС»), «Jeden jest klub w Polsce... Co tak pięknie w piłkę gra! Klubem jest “ŁKS”, **Fanatyków** wiernych ma!» («У Польщі є один клуб....який так красиво грає у футбол! Це «ЛКС», він має відданих **фанатиків!**»), «My, **fanatycy**, z tobą na zawsze» («Ми, **фанатики**, з вами назавжди»).

Fan (фан) – «людина, яка виявляє велику зацікавленість та емоційну причетність до певного гурту, співака, спортсмена, музичного жанру, виду спорту або чогось іншого» [28]: «Z Galery **fani**, w “ŁKS-ie” zakochani. Z Galery **fani**, w mieście Łodzi wychowani. Z Galery **fani**, futbolowi chuligani. Z Galery **fani**, AU!» («Від **фанів** Галери, закоханих в «ЛКС». Від **фанів** Галери, вихованих у місті Лодзь. Від **фанів** Галери, футбольних хуліганів. Від **фанів** Галери, AU!»), «Tysiące **fanów** Twych zwycięstwa pragną dziś» («Тисячі твоїх **фанів** сьогодні прагнуть перемоги»).

Sympatyk (прихильник) – «людина, яка виявляє велику зацікавленість і доброзичливість до когось або чогось» [28]: «Wiele tysięcy **sympatyków** klub swój do boju zagrzewa» («Багато тисяч **прихильників** підтримують свій клуб»).

Chuligan (хуліган) – це «особа, яка, влаштовуючи бійки та сварки або знищуючи чуже майно, нехтує прийнятими правилами суспільного співіснування і тим самим викликає презирство та страх у мовця» [28]: «Futbolowi **chuligani**. Z Galery **fani**, AU!» («Футбольні **хулігани**. Фани Галери»).

Варто також згадати лексеми на позначення процесу вболівання, які використовують польські футбольні фани:

Dopingować – «заохочувати зусилля» [28]: «*Wszyscy razem **dopingują** Cię*» («Всі разом **вболіваємо** за тебе»), «*Będziemy **dopingować** Ciebie z całych naszych sił. Będziemy z Tobą zawsze aż do końca naszych dni!*» («Ми **будемо вболівати** за тебе з усіх сил. Будемо з тобою завжди, до кінця наших днів!»), «*Cała Żyleta **dopinguje** z wszystkich sił! Aby wynik lepszy był!*» («Вся Жилета **вболіває** з усіх сил! Щоб результат був кращим!»), «*Tam będzie z nią Warszawska Brać, aby **dopingować** Ją*» («Варшавське братство буде з нею, щоб **підтримати** її»).

Wspierać – «підтримувати щось чи когось» [28]: «*Jesteśmy Tu! By **wspierać** go!*» («Ми тут! Щоб **підтримати** його!»), «*My **wspieramy** Cię, wygraj dla nas mecz!*» («Ми **підтримуємо** тебе, виграй матч для нас!»), «*Wyjazd czy u siebie, my **wspieramy** zawsze Cię! O nasz “ŁKS”, Wygraj dla nas dziś ten mecz!*» («На виїзді чи вдома, ми **підтримуємо** тебе завжди! О наш «ЛКС», виграй матч для нас сьогодні!»)

Отже, фанати у своїх піснях та зарядах використовують лексеми, що називають тих, хто підтримує свою команду, щоб висловити похвалу та шану їм.

3.3 Мікрополе «любов» у польському футбольному дискурсі

Третє місце займає мікрополе з ядерною лексемою *любов*, до складу якого входять такі лексеми: *serce* (*серце*), *miłość* (*любов*), *kochany* (*коханий*), *zakochany* (*закоханий*), *kochać* (*кохати*) та *życie* (*життя*). Фанатська любов – це особливий прояв прихильності. Вона не потребує нічого у відповідь, це любов чиста, справжня. Уболівальники віддають своє серце та душу рідній команді, їм важливо бути частиною футбольної спільноти, відчувати свою належність до колективу. Вони вкладають усі свої сили у підтримку рідного клубу, натомість очікують лише гарну гру та позитивний результат матчу.

Поширенням у фанатському дискурсі постає вживання лексеми *serce* (*серце*), одним зі значень якої польський словник подає таке значення – «позитивні почуття, виявлені до когось або пов'язані з причетністю до чогось» [28]: «*W naszych **sercach** “ŁKS”*» («У наших **серцях** «ЛКС»»), «*To jest nasze miasto, to jest nasz jedyny klub! Jemu **serce** oddaliśmy i śpiewamy mu.. ooooo Łódzki KS, w naszych **sercach**. Na zawsze on*» («Це наше місто, це наш єдиний клуб! Йому ми віддали своє **серце** і йому ми співаємо.... ooooo Лодзький КС, в наших **серцях**. Назавжди він»), «*Oddałem **serce** za drużynę, oddałem za nią duszę swą*» («Я віддав своє **серце** за команду, я віддав свою душу за неї»), «*Miłości jedyna ta mój klub to “ŁKS” ŁÓDŹ najlepszy na świecie jest, “ŁKS”, ja Kocham Cię. Me **serce** oddałem jej miłości tej jedynej*» («Єдина любов мого клубу – це «ЛКС» Лодзь найкращий у світі – це «ЛКС». Я люблю тебе. Я віддав своє **серце** своїй єдиній любові»), «*Gdzie jest taki klub kibica, co tak kocha własny klub. Są to tylko młodzi ludzie, i w ich **sercach** “ŁKS”*» («Де такий клуб вболівальника, що так любить свій клуб. Є тільки молодь, і в їхніх **серцях** «ЛКС»»), «*I **serca** są zawsze z Tobą, Klubie, Klubie, Klubie Ty nasz*» («А моє **серце** завжди з тобою, Клуб, клуб, клуб, клуб, Ти наш»), «*Choć na świecie wiele klubów jest, i może lepsi są, i sława większa jest, a my w Łodzi też mamy taki klub,*

któremu **serca oddaliśmy już**» («Хоч є багато клубів у світі, і може вони кращі, і слава більша, а у нас в Лодзі теж є такий клуб, якому ми вже віддали свої **серця**»), «Tylko Ty, w moim **sercu** Ty. Jedna jedyna, niepokonana, **EŁKSA kochana!**» («Тільки ти, в моєму **серці** ти. Єдина, непереможна, улюблена **ЕЛКСА!**»), «W tym **sercu** tylko Ty!» («У моєму **серці** тільки ти!»), «**Ukochana drużyna, której dawno oddałem serce swe**» («Улюблена команда, якій я давно віддав своє **серце**»).

Фанати уживають лексему *miłość* (любов), яка тлумачиться як «сильна прихильність, що проявляється у турботі та прихильності» [28]. Про свою любов фанати говорять сміливо, прямо й відверто: «To jest nasze miasto, to jest nasz klub, to jest nasza **miłość** “ŁKS” ŁÓDŹ» («Це наше місто, це наш клуб, це наша **любов** **ŁKS ЛОДЗЬ**»), «Moja jedyna **miłość** to “ŁKS”» («Моя єдина **любов** – це «**ЛКС**»»), «Moja jedyna **miłość** to jest “Legia”. Ja kocham ją, a ona gra - la la la la la la» («Моя єдина **любов** – це «**Легія**». Я люблю її, і вона грає - ла ла ла ла ла ла»). Також трапляються лексеми *kochany* (коханий), *zakochany* (закоханий), *kochać* (кохати), що мають значення «відчувати, що хтось чи щось дуже близький» [28]: «Z Galery fani, w “ŁKS-ie” **zakochani**» («Від фанів Галереї, **закоханих** в «**ЛКС**»»), «O “ŁKS-ie”, “ŁKS-ie”! **Ukochany klubie nasz**» («О «**ЛКС**», «**ЛКС**»! Наш **улюблений** клуб»), «Bo jest w Tobie **zakochana** już od najmłodszych dni» («Бо вона в тебе **закохана** вже з перших днів»), «Hej “ŁKS”! **Ukochana** ta drużyno» («Гей, «**ЛКС**». **Улюблена** команда»), «Ja **pokochałem** swoją drużynę, która zwie się, zwie się “ŁKS”» («Я **полюбив** свою команду, яка зветься, зветься «**ЛКС**»»), «Ciebie “Legio”, **będę kochał** aż po grób!» («Тебе, «**Легіє**», я **буду любити** до гробу!»), «Tylko “Legia”! **Ukochana** Legia!» («Тільки «**Легія**»! Моя **улюблена** «**Легія**»!»), «Ja **kocham** “Legię” OO! Ja **kocham** “Legię” Warszawa» («Я **люблю** «**Легію**» OO! Я **люблю** «**Легію**» Варшава»), «“Legio” Warszawa, ta “Legio” Warszawa, na zawsze **pokochałem** Cię» (««**Легія**» Варшава, «**Легія**» Варшава, я **полюбив** тебе назавжди»), «“Legio”, ty **kochamy** Cię» (««**Легіє**», ми

*любимо тебе»), «Ja **kocham** tylko “Legię”, “Legię” Warszawa» («Я люблю тільки «Легію», «Легію» Варшава»), «Czy wygrywasz, czy nie, ja i tak **kocham** Cię. W moim sercu “Legia”! I na dobre i na złe!» («Виграєш ти чи ні, я все одно люблю тебе. В моєму серці «Легія»! І в гори і в радості!»), «Nie poddawaj się, **ukochana** ta, nie poddawaj się “Legio” Warszawa!» («Не здавайся, **кохана**, не здавайся!, «Легіє» Варшава!»), «CWKSie, klubie **kochany**, strzelisz trzy bramki, a my pochlamy» («CWKSie, **улюблений** клуб, ти заб'єш три голи, а ми вип'ємо»).*

Також вболівальники використовують лексему *życie* (життя), що позначає «процес буття» [28]. У своїх піснях та зарядах вони наголошують на тому, що ця любов єдина на все життя, і вони готові на все заради своєї команди: «*ŁKS ty z Wami, ty za Was **życie** oddamy!*» («Ми з тобою, ми за тебе **життя** віддамо!»), «*Za nasze miasto i za te barwy oddamy całe **życie** swe*» («За наше місто і за ці кольори ми все **життя** віддамо»).

Отже, лексеми *serce* (серце), *miłość* (любов), *kochany* (коханий), *zakochany* (закоханий), *kochać* (кохати) та *życie* (життя), вжиті в піснях та зарядах фанатів, демонструють їхні сильні почуття до своєї команди, з якою вони завжди разом.

3.4 Мікрополе «колір» у польському футбольному дискурсі

Лексема *barwa* (барва), що містить загальне значення, а також назви конкретних кольорів *czzerwony* (червоний), *biały* (білий), *czarny* (чорний) та *zielony* (зелений) формують наступне мікрополе «колір». Клубні барви – це душа кожного вболівальника. Віддаючи своє серце обраній команді, фанат фарбує його в кольори клубу. Змінити їх чи стерти не вдасться ніколи, адже така любов єдина на все життя. Саме тому у своїх піснях та зарядах фани оспівують рідні кольори та присягають їм на вірність.

У польській мові на позначення забарвлення вживаються дві назви – *kolor* (колір) та *barwa* (барва). Однак вони мають різне функціональне призначення, за польським словником, *kolor* (колір) має значення лише певного забарвлення [28], *натомість barwa* (барва) тлумачиться як колір, що символізує певну країну, організацію або ж спортивний клуб [28]. Другу назву, що конкретизує сферу вживання, фанати використовують у своїх піснях та зарядах, наголошуючи, що це їхні рідні кольори, за які вони будуть боротися: «*Za kibicowski trud, za święte **barwy** Twe, za ten syreni gród, “Legio”, wygraj dzisiaj ten mecz*» («За працю вболівальників, за Твої священні **кольори**, за цей русалчин замок, «Легіє», сьогодні виграй цей матч»), «*Za te **barwy**, za naszą stolicę pójdą w bój wierni “Legii” kibice*» («За ці **кольори**, за нашу столицю віддані вболівальники «Легії» підуть у бій»), «*Za nasze miasto i za te **barwy** oddamy całe życie swe*» («За наше місто і за ці **кольори** ми віддамо все своє життя»), «*W Tych **barwach** siła jest, o jakiej wam nie śniło się*» («У цих **кольорах** є сила, яка вам навіть не снилась»).

Офіційні барви футбольного клубу «ЛКС» – *czzerwony* (червоний) і *biały* (білий). Це кольори польського прапора, символ держави, яку прославляють у своїх піснях фанати, яку представляють футболісти на світовій арені.

Офіційними кольорами футбольного клубу «Легія» Варшава вважаються *czzerwony* (червоний), *biały* (білий), *czarny* (чорний) і *zielony* (зелений). Такі барви обрані свідомо, щоб підкреслити своє походження, свій статус та традиції. Червоний та білий – символ державності, як зазначено вище. Зелений колір представляє військові клуби. А чорний колір відсилає до традиції Чорних Левів [28]. Окрім того, ці барви мають й інше, символічне, тлумачення, наприклад, червоний колір для поляків символізує саме життя, силу та могутність, також асоціюється з кров'ю та війною. Таке тлумачення можна перенести і на футбольний лад, оскільки команди на полі та вболівальники на трибунах виборюють перемогу у війні з ворогом, нерідко навіть проливаючи кров. Білий колір вважається символом нових можливостей, що завжди з'являються під час гри. Зелений дарує надію на перемогу, чемпіонство, процвітання команди. Чорний вважається кольором смерті, але використання такої барви у клубному гербі може свідчити про могутність команди та загибель ворога на полі, тобто про його нищівну поразку. Окрім того, існує й інше тлумачення цього кольору, наприклад, чорний також постає символом багатства та розкоші.

У своїх зарядах фанати «Легії» та «ЛКС» оспівують клубні барви, закликають усіх їх поважати та цінувати: «*Ole, ole, ole **Biel – Czerwień oraz Biel. Te barwy mienią się. W Tych barwach siła jest, o jakiej wam nie śniło się...***» («Оле, але, але! **Біло - Червоний і білий. Ці кольори переливаються. У цих кольорах є сила, яка вам навіть не снилась....**»), «***Biało-czerwono-biały** sztandar nad stadionem powiewa, wiele tysięcy sympatyków klub swój do boju zagrzewa*» («**Біло-червоно-білий** стяг майорить над стадіоном, багато тисяч вболівальників заряджають свій клуб на

бій»), «*Biało-Czerwono-Biało się mieni, To kibiców Łódzkich znak*» («*Біло-червоно-білий – знак вболівальників Лодзі*»).

Отже, лексеми на позначення клубних кольорів вживаються для вираження любові та підтримку своїй команді.

3.5 Мікрополе «територія» у польському футбольному дискурсі

Наступне мікрополе «територія» формують лексеми *dom* (дім), *miasto* (місто), *Łódź* (Лодзь), *Warszawa* (Варшава) та *Polska* (Польща). Рідне місце завжди викликає особливі емоції, пов'язані з рідною домівкою, дитинством, мріями. Фанати у своїх піснях та зарядах звертають особливу увагу на місто своєї команди, оспівують його та бажають лише процвітання. Згадують і свою країну, честь та ім'я якої захищають та прославляють.

Лексема *dom* (дім) досить поширена у піснях та зарядах уболівальників, адже для кожної людини це місце має сакральне значення, тут минуло дитинство, тут вирують спогади про батьків, про щасливі миті. Це місце, якому завжди відведена особлива сторінка в житті. Фанати не виняток, лише замість одного вони мають таких два – перший, де народився, другий – де став частиною футбольної

спільноти. Тобто стадіон – це другий дім уболівальника. Це місце, де живе його душа, яка сміється і плаче на рідній трибуні. У своїх піснях та зарядах фанати акцентують увагу на тому, що вважають стадіон улюбленого клубу своєю домівкою, окрім того дім – це не лише певна споруда, це місце, де грає улюблена команда: «*Tu jest nasz **dom** Już od wielu, wielu lat*» («Тут наш **дім** багато-багато років»), «*Do domu wrócimy*» («Додому ми повернемося»).

Використовують фанати й лексему *miasto* (місто), якому віддають шану та хвалу, постійно наголошуючи, що це «наше місто», місто лише їхньої команди, її слави, а на інших тут чекає лише ганебна поразка. Наведемо приклади: «*To jest nasze **miasto**, to jest nasz jedyny klub!*» («Це наше місто, це наш єдиний клуб»), «*Niepokonane **miasto**, niepokonany klub*» («Непереможне **місто**, непереможний клуб»), «*Od kołyski aż po grób jedno **miasto**, jeden klub*» («Від колиски до могили Одне **місто**, один клуб»), «*Za nasze **miasto** i za te barwy oddamy całe życie swe*» («За наше **місто** і за ці кольори ми все життя віддамо»), «***miasto** moje, a w nim, najpiękniejszy mój świat, najpiękniejsze dni, zostawiłem tam kolorowe sny*» («Моє **місто**, а в ньому – мій найпрекрасніший світ, мої найпрекрасніші дні, я залишив там свої кольорові сни»).

Рідним містом для фанів ЛКС є Лодзь: «*Na mistrzostwo Polski czeka przecież cała **Łódź***» («На чемпіонство Польщі вся **Лодзь** чекає»), «*Za **Łódź**, za “ŁKS” pójdziemy, aż po życia kres*» («За **Лодзь**, за «ЛКС» ми підемо до кінця життя»).

А для уболівальників Легії – Варшава: «*Dziś **Warszawa** czeka na zwycięstwo Twe*» («Сьогодні **Варшава** чекає Твоїєї перемоги»), «***Warszawa** najlepsza jest*» («**Варшава** – найкраща»).

Згадують фани у своїх піснях та зарядах і Польщу – свою батьківщину. Футбольні клуби представляють свою країну на міжнародному рівні,

прославляють її, а фанати, котрі гордо скандують ім'я своєї держави, змушують інших хоч на хвилину поринути в інший світ, можливо, навіть спонукають відвідати країну, про яку раніше і не знали. Також наголошують на тому, що їхня команда найкраща в країні: *«Nasza “Legia” najlepsza w **Polsce** jest, najlepsza w **Polsce** jest» («Наша Легія – найкраща в **Польщі**, найкраща в **Польщі**)», «Mistrzem **Polski** jest “Legia”, “Legia” najlepsza jest» («Чемпіон **Польщі** – «Легія», «Легія» – найкраща»», «“Legia” mistrza **Polski** ma!» («Чемпіон **Польщі** – «Легія»!»), «Nasza zgoda najlepsza w **Polsce** jest!» («Наша згода – найкраща в **Польщі**!»), «Aby mistrzem **Polski** była nasza “Legia” z Warszawy» («Щоб чемпіоном **Польщі** була наша «Легія» з Варшави»), «Na mistrzostwo **Polski** czeka przecież cała Łódź» («На чемпіонство **Польщі** чекає вся Лодзь»), «Jeden jest klub w **Polsce**... So tak pięknie w piłkę gra! Klubem jest “ŁKS”, Fanatyków wiernych ma!» («Є в **Польщі** один клуб... Який так гарно грає у футбол! Це «ЛКС», має відданих фанатиків!»), «“ŁKS” mistrza **Polski** będzie miał» (««ЛКС» буде чемпіоном **Польщі**), «Gdzie najlepsi kibice w **Polsce** są, Elkaesie, Elkaesie, Elkaesie, Ty najlepszych kibiców w **Polsce** masz» («Де найкращі вболівальники в **Польщі**, Елкаес, Елкаес, у тебе найкращі вболівальники в **Польщі**»).*

Отже, фанати використовують лексеми на позначення території, що пов'язана з їхньою улюбленою командою. У такий спосіб вони демонструють свою любов до рідної землі та рідного клубу.

3.6 Мікрополе «вірність» у польському футбольному дискурсі

У дискурсі футбольних фанатів можна виокремити також мікрополе «вірність», яке формують лексеми *zawsze* (завжди) та *wierny* (вірний). Справжній фанат – той, хто з честю проносить ім'я своєї команди через усе життя, той, хто ніколи не зрадить, не перейде на сектор іншої команди, не одягне шалик з іншою символікою, тому що той клуб став чемпіоном чи здобув чергові 3 очки. Вірність – основна ознака вболівальника, його візитівка.

У своїх піснях та зарядях фанати вживають лексему *zawsze* (завжди), що тлумачиться як «відбувається щоразу, коли виникає ситуація» [28]. У такий спосіб вболівальники акцентують увагу на тому, що вони завжди зі своєю командою, незважаючи на результат матчу, підкреслюють, що підтримуватимуть до останнього свого дня: «Wyjazd czy u siebie ty wspieramy **zawsze** Cię!» («В гостях чи вдома ми підтримуємо вас **завжди!**»), «Z tobą **na zawsze**» («З вами **назавжди**»), «W naszych sercach. **Na zawsze** on» («У наших серцях. **Назавжди** він»), «Jesteśmy **zawsze** tam, gdzie nasz “ŁKS” gra» («Ми **завжди** там, де грає наш «ЛКС»»), «I z nią **na zawsze**, przez całe życie» («І з нею **назавжди**, на все життя»), «Jesteśmy **zawsze** tam, gdzie nasza “Legia” gra» («Ми **завжди** там, де грає наша «Легія»»), «Będziemy z Tobą **zawsze** aż do końca naszych dni!» («Ми **завжди** будемо з вами до кінця наших днів!»).

Фанатам властиво використовувати лексему *wierny* (вірний), що має значення «відданий комусь або чомусь» [28]. Вона вживається для власного опису та показу своєї відданості команді: «Jeden jest klub w Polsce... Co tak pięknie w piłkę gra! Klubem jest “ŁKS”, fanatyków **wiernych** ma!» («Є один клуб у Польщі... який так гарно грає у футбол! Це «ЛКС», має **вірних** фанатиків!»).

Окрім того, фанати підкреслюють, що будуть зі своєю командою до кінця життя незалежно від обставин та результату матчу: *«Za Łódź, za “ŁKS”, pójdziemy aż po życia kres»* («За Лодзь, за «ЛКС», ми підемо до кінця життя»), *«Czy dobrze gra czy też źle to nigdy nie zdradzę jej»* («Добре грає чи погано, я ніколи її не зраджу»), *«I ty jesteś z Tobą, jak Ty dziś grasz»* («І ми з тобою, як ти сьогодні граєш»), *«Czy dziś wygrasz czy dziś przegrasz, będziesz tę jedyną»* («Виграєш ти сьогодні чи програєш, ти будеш єдиною»), *«Od kołyski aż po grób jedno miasto, jeden klub»* («Від колиски до могили одне місто, один клуб»), *«Do końca moich dni, w tym sercu tylko Ty!»* («До кінця моїх днів, в моєму серці тільки ти!»), *«Czy wygrasz, czy nie ja i tak kocham Cię. W moim sercu “Legia”! I na dobre i na złe!»* («Переможеш ти чи ні, я все одно буду любити тебе. В моєму серці Легія! І в горі, і в радості!»).

Отже, використовуючи лексеми на позначення вірності, фанати доводять, що залишатимуться відданими своїй команді аж до самої смерті та не зрадять її у важкі часи.

3.7 Мікрополе «віра» у польському футбольному дискурсі

Наступне мікрополе «віра» складається з лексем *wierzyć* (*вірити*) та *wiara* (*віра*). Кожна людина протягом свого життя вірить, що здійсняться її задуми, вона зможе реалізувати свої плани, сподівається на підтримку вищих сил та неодноразово просить про допомогу.

Лексема *wierzyć* (*wierzyć*) тлумачиться як «бути впевненим, що щось є правдою, існує або відбудеться» [28] та постає основною в цьому мікрополі. Думки фанатів пов'язані, звичайно, з долею їхньої команди, тому у своїх піснях та зарядах вони щиро вірять, що настануть кращі часи і їхній клуб неодмінно здобуде перемогу, виграє турнір та стане чемпіоном своєї країни: «*W Ciebie wierzymy, dzisiaj wygramy. Falą zwycięstwa znów popłyniemy, białą inwazją świat zalejemy*» («В тебе ми **віримо**, сьогодні ми переможемо. На хвилі перемоги ми знову попливемо, білою навалою ми заллємо світ»), «*I wierzę, że kiedyś zasłynie, mój święty klub – “ŁKS” Łódź*» («І я **вірю**, що колись прославиться, мій святий клуб – «ЛКС» Лодзь»), «*Lecz wierzymy, że “ŁKS” mistrza Polski będzie miał*» («Але ми **віримо**, що «ЛКС» буде чемпіоном Польщі»), «*A ty wierzymy Ci. Wiara, nasza wiara nie zachwiana*» («І ми **віримо** в тебе. Віра, наша віра непохитна»), «*“Legio” Warszawa, ma “Legio” Warszawa, ja wierzę, że wygrasz dziś mecz...*» (««Легіє» Варшава, моя «Легіє» Варшава, я **вірю**, що ти сьогодні виграєш матч...»).

Вживають фанати також лексему *wiara* (*віра*), що має значення впевненості в комусь [28]. Проте вона не така популярна, як попередня, серед пісень та зарядів польських фанів вона трапляється лише один раз: «*Wiara, nasza wiara nie zachwiana*» («**Віра**, наша **віра** непохитна»).

Отже, фанати вживають лексеми на позначення віри та прямо виражають свою віру в команду та надію на перемогу.

3.8 Мікрополе «алкогольні напої» у польському футбольному дискурсі

Наступним у дискурсі футбольних фанатів постає мікрополе «алкогольні напої», яке складається з таких лексем: *wódka* (горілка) та *szampan* (шампанське). У світі існує стереотип, що усі футбольні вболівальники зловживають алкоголем. Одним з улюблених напоїв, синонімом до слова фанат постає пиво. Проте польські вболівальники у своїх зарядах руйнують це уявлення. Хоча не можемо стверджувати, що фанати польських клубів не святкують свої перемоги з келихом темного чи світлого, у дискурсі вболівальників ця тема не популярна.

Лексема, яка позначає алкогольний напій, використана у піснях та зарядах футбольних вболівальників – це *wódka* (горілка): «*Była młoda i waleczna z roku na rok coraz lepsza, a jej trener z kibicami wódkę pił*» («Вона була молодого і сміливою, з кожним роком ставала все кращою і кращою, а її тренер пив горілку з уболівальниками»), «*To my kibice Łodzi, Wódka nam nie szkodzi, Za Łódź, za “ŁKS”, pójdziemy, aż po życia kres*» («Це ми, лодзькі вболівальники, нам горілка не шкодить, За Лодзь, за «ЛКС», ми підемо, поки не помремо»).

Ще одна лексема – *szampan* (шампанське), адже у світі існує звичай, перемогу в чемпіонаті святкувати шампанським, у дискурсі польських фанатів можемо побачити цьому підтвердження: «*Szampan hukiem otwierany! Dzisiaj święto wielkie jest!*» («Відкорковуємо шампанське! Сьогодні велике свято!»).

Отже, лексеми на позначення алкогольних напоїв серед польських фанатів не вирізняються популярністю, хоча все ж таки використовується у піснях і зарядах.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі проаналізовано лексику дискурсу польських футбольних уболівальників. Виокремлено 8 мікрополів: «боротьба», «любов», «вболівальники», «колір», «територія», «вірність», «віра» та «алкогольні напої».

Перше мікрополе «боротьба» містить такі лексеми: *walka* (боротьба), *bój* (бій), *zwycięstwo* (перемога), *niepokonani* та *niezwyciężeni* (непереможні), *mistrzostwo* (чемпіонство), *mistrz* (чемпіон), *lider* (лідер), *porażka* (поразка) та *wróg* (ворог). Фанати у своїх піснях та зарядах підтверджують, що спортсмени на футбольному полі показують свою майстерність, створюють справжнє видовище своєю грою, б'ються за перемогу та виборюють бажану нагороду.

Друге мікрополе «вболівальники» складається з таких лексем: *kibic* (вболівальник), *fanatyk* (фанатик), *fan* (фан), *sympatyk* (прихильник) та *chuligan* (хуліган); *dopingować* та *wspierać*. Фанати згадують і про себе, адже крім гравців, футбольний клуб славиться своїми прихильниками, котрі завжди підтримують свою команду.

Третє мікрополе «любов» містить такі лексеми: *serce* (серце), *miłość* (любов), *kochany* (коханий), *zakochany* (закоханий), *kochać* (кохати) та *życie* (життя). Фанати вирізняються особливою прихильністю до свого клубу, яку гордо й сміливо називають любов'ю.

Четверте мікрополе «колір» представлене лексемою *barwa* (барва), що містить загальне значення, а також назвами конкретних кольорів, що символізують футбольні команди – *czerwony* (червоний), *biały* (білий), *czarny* (чорний) та *zielony* (зелений). Кольори кожного клубу мають вагоме значення для гравців та вболівальників, тому й оспівуються в піснях та зарядах фанатів.

П'яте мікрополе «територія» складається з лексем *dom* (дім), *miasto* (місто), *Łódź* (Лодзь), *Warszawa* (Варшава) та *Polska* (Польща). У кожного особливе місце в серці відведено для рідної землі, фанати не виняток, у своїх піснях та зарядах вони прославляють свою батьківщину.

Шосте мікрополе «вірність» представлене лексемами *zawsze* (завжди) та *wierny* (вірний). Справжній вболівальник ніколи не зрадить своєї команди, для кожного існує правило – один клуб на все життя.

Сьоме мікрополе «віра» містить лексеми *wierzyć* (вірити) та *wiara* (віра). Кожен фан завжди сподівається на перемогу, хоча інколи й розуміє, що команда суперника сильніша, проте віра в свою команду перемагає.

Восьме мікрополе «алкогольні напої» складається з самих назв напоїв, які фанати згадують у своїх піснях – *wódka* (горілка) та *szampan* (шампанське). Вважається, що справжні вболівальники завжди підтримують своїх з келихом в руках, проте в дискурсі польських фанатів фіксуємо лише одиничні такі випадки.

Лексика польських футбольних фанів унікальна та різноманітна. Вболівальники послуговуються лексема різних галузей, що здаються не дотичними до теми футболу, проте фани вкладають у них свій сенс та доводять, що про цей вид спорту можна говорити і словами боротьби й любові. У своїх піснях та зарядах вони висловлюють підтримку своїй команді, налаштовують її на перемогу, закликають до бою та обіцяють завжди бути поруч.

Розділ 4. Зіставний аналіз лексико-семантичних особливостей дискурсу українських та польських фанів

Спільними для українських та польських постають мікрополя «боротьба», «територія», «любов», «віра», «колір», «алкогольні напої», «вірність» та «вболівальники». Проте вболівальники різних країн не завжди використовують однакові лексеми в межах виокремлених однакових мікрополів. Крім того, відрізнятися можуть і цілі, які ставлять перед собою фанати різних клубів.

Українські лексеми *бій*, *перемога*, *ворог* та польські *bój* (*бій*), *zwycięstwo* (*перемога*), *wróg* (*ворог*), що формують мікрополя «боротьба» – спільні для обох дискурсів. Окрім того, у піснях та зарядах українських вболівальників ще трапляються лексеми *битись* та *перемагати*, а поляки використовують властиві лише їм такі лексеми: *niepokonani* та *niezwyciężeni* (*непереможні*), *mistrzostwo* (*чемпіонство*), *mistrz* (*чемпіон*), *lider* (*лідер*), *porażka* (*поразка*) та *walka* (*боротьба*).

Мікрополя «територія» містять лише одну спільну лексему – місто та *miasto*. Варто також зазначити, що спільним постає вживання лексеми на позначення рідного міста, проте кожна команда має своє: «Динамо» – *Kiїв*, «Карпати» – *Львів*, «Легія» – *Warszawu* (*Варшаву*), «ЛКС» – *Łódź* (*Лодзь*). Також використовують лексеми на позначення своєї країни – *Україна* і *Polska* (*Польща*). Українські футбольні фани у своїх піснях та зарядах згадують також інші міста – *Стамбул* та *москву*; виокремлюють і етнографічний регіон – *Галичину*. Для польських вболівальників унікальним постає вживання лексеми *dom* (*дім*). У своїх піснях та зарядах і українські, і польські футбольні фани, використовуючи лексеми на позначення території, прагнуть прославити свою рідну країну, рідне місто, оспівують їх та виражають свою любов та шану.

Наступне спільне мікрополе «любов» формують спільні українські лексеми *серце*, *любов*, *любити*, *улюблений* та польські *serce* (*серце*), *miłość* (*любов*), *kochać* (*кохати*), *kochany* (*коханий, улюблений*). Польські футбольні фанати ще використовують лексеми *zakochany* (*закоханий*) та *życie* (*життя*) у своїх піснях та зарядах. Для вболівальників усього світу на рівні з любов'ю до батьків та чоловіка чи дружини стоїть любов до своєї команди. Цим українці й поляки схожі, неможливо виміряти, хто має сильніші почуття до обраного клубу, проте можливо з впевненістю стверджувати, що це любов світла, чиста та єдина на все життя.

Спільним постає і мікрополе «колір», яке складається зі спільної лексеми *колір* і *barwa*. Фанати обох держав також вживають назви конкретних кольорів, які різняться між собою. Хоча *білий* та *зелений*, *biały* і *zielony* вживаються серед вболівальників і українських команд, і польських. Рідні барви, що не повторюються, має українська команда «Динамо» та польська «Легія» – *синій* та *czarny* (*чорний*) відповідно. Кожний вболівальник цінує та поважає кольори своєї команди, прославляє та захищає їх, тому колір – ще один спільний елемент у дискурсі українських та польських фанів.

Спільною лексемою мікрополів «вболівальники» постає *вболівальник* та *kibic*. Українські прихильники футболу для самоназви використовують ще лексему *фанат*, а польські – *fanatyk* (*фанатик*), *fan* (*фан*), *sympatyk* (*прихильник*) та *chuligan* (*хуліган*). У своїх піснях та зарядах польські вболівальники також використовують лексеми на позначення процесу вболівання – *dopingować* та *wspierać*. І українські, і польські фанати згадують про себе у своїх піснях та зарядах, проте фани «Легії» та «ЛКС» роблять це частіше, чим підкреслюють, що вони невід'ємна частина команди, яка теж потребує похвали.

Українські та польські фанати мають також спільні лексеми *завжди*, *вірний* та *zawsze*, *wierny*, що формують мікрополя «вірність». У піснях та зарядах лише українців згадано ще одну лексему – *відданий*. Футбольні вболівальники вирізняються особливою вірністю своїй команді, тому всім властиво зазначати у своїй творчості про те, що вони завжди будуть зі своїм клубом, підтримують у скрутні хвилини та розділять радість перемоги.

Мікрополя «алкогольні напої», що складаються з назв цих напоїв, містять лише одну спільну лексему – *горілка* та *wódka*. У дискурсі українських фанів відображено такі лексеми: *пиво* та *вино*, а у польських – *szampan*. Хоча вболівальників суспільство асоціює з алкоголем, у своїх піснях та зарядах вони лише побіжно згадують про міцні напої. Як правило, вживання алкоголю знаменує довгоочікувану перемогу над запеклим суперником.

Ще одне спільне мікрополе для українських та польських футбольних вболівальників – «віра». Спільною для двох народів виступає лексема *віра* та *wiara*. Польські фани у своїх піснях та зарядах ще використовують лексему *wierzyć* (*вірити*). А українці ширше розуміють це поняття та зараховують до мікрополя «віра» такі лексеми: *Бог*, *некло* та *храм*. Хоча вболівальники обох країн вірять у перемогу своєї команди та запевняють, що їхня віра непохитна, українцям властиво не лише вірити у сили власного клубу, а й звертатися за допомогою до вищих сил та святинь свого народу.

У дискурсі українських футбольних фанів представлено 3 мікрополя, які не властиві польським вболівальникам – «тварини», «їжа» та «небесна символіка». Такі особливості передають унікальні риси устрою футбольного світу українців, котрі вірять у різноманітні знаки, вважають тварин своїми талісмана та наділяють неживі предмети магічною силою, що мусить неодмінно допомогти їм здобути бажану перемогу.

Висновки до розділу 4

У четвертому розділі зіставлено лексико-семантичні особливості дискурсу українських та польських футбольних фанів на основі виокремлених вище мікрополів.

Аналіз показав, що дискурс українських та польських вболівальників має чимало подібного, зокрема спільними постають 8 мікрополів: «боротьба», «любов», «територія», «віра», «колір», «алкогольні напої», «вірність» та «вболівальники». З'ясовано також, що фани українських команд мають власні мікрополя – «тварини», «їжа» та «небесна символіка».

Зіставлено також українські та польські лексеми, що входять до складу спільних мікрополів, встановлено, що саме у вживанні певного поняття виражається унікальність команди та її вболівальників, демонструються особливі цілі та побажання.

Загальні висновки

У роботі описано лексико-семантичні особливості дискурсу українських та польських футбольних фанів та зіставлено їх між собою. Футбольне видовище, яке створюють гравці на полі та вболівальники на трибуні, викликає чимало запитань, на які нам вдалось знайти відповіді. Лексика, якою послуговуються фанати у своїх піснях та зарядах, слугує підтвердженням того, що футбол для своїх прихильників – це відважна боротьба, щира любов, вірність та підтримка.

Перший розділ дослідження присвячено теоретичному окресленню питань дискурсу та лексико-семантичної системи. Розглянуто праці світових, українських та польських дослідників про походження поняття «дискурс», його тлумачення та зміну значень протягом десятиліть. Опираючись на визначення Ф. Бацевича, визначено дискурс як поєднання мовленнєвих і мисленнєвих дій учасників комунікативної ситуації, що пов'язані з лінгвальними та екстралінгвальними факторами. Враховуючи унікальність лексики футбольних фанів, їхні особливі правила та закони, виокремлено серед різних типів дискурсу футбольний, який описано як мовленнєві та мисленнєві дії, що пов'язані з футбольною тематикою.

Оскільки мова вважається основним засобом комунікації гравців та вболівальників, розглянуто праці про особливості лексико-семантичної системи. Описано структурну організацію системи, зокрема згадано про лексико-семантичне поле, семантичне мікрополе, лексико-семантичну та тематичну групи. Опираючись на думку К. Близнюк, у роботі досліджено лексику футбольних фанів в межах мікрополів, що дало змогу охопити 84 лексеми, ужитих у піснях та зарядах уболівальників. Також описано футбольний лексикон, що вже був предметом вивчення українських та польських дослідників та

доведено, що футбольна лексика унікальна та оригінальна, якій властивий власний термінологічний апарат, жаргон та соціолект.

У роботі також проаналізовано устрій фанатського світу, визначено типи та характеристику українських та польських футбольних вболівальників. Вдалось з'ясувати, що фанати – це не лише група підтримки футбольної команди на стадіоні під час матчу, це ще й активні захисники своєї суспільно-політичної позиції, адже вони виступають за збереження незалежності держави та відважно захищають її кордони у війні з ворогом.

У другому розділі дослідження описано лексику, якою послуговуються українські вболівальники у своїх піснях та зарядах. Виокремлено 11 мікрополів та розглянуто лексеми, які їх формують, зокрема:

1. Мікрополе «боротьба»: *бій, битись, перемога, перемогати, ворог.*
2. Мікрополе «колір»: *колір, білий, синій, зелений.*
3. Мікрополе «віра»: *бог, пекло, храм, віра.*
4. Мікрополе «небесна символіка»: *зорі.*
5. Мікрополе «алкогольні напої»: *пиво, горілка, вино.*
6. Мікрополе «їжа»: *м'ясо, сир, сало, холодець.*
7. Мікрополе «тварини»: *кріт, лев, собака, ворона.*
8. Мікрополе «територія»: *місто, Київ, Львів, Стамбул, Москва, Україна, Галичина.*
9. Мікрополе «вболівальники»: *уболівальник, фанат.*
10. Мікрополе «любов»: *серце, любов, любити, улюблений.*
11. Мікрополе «вірність»: *завжди, вірний, відданий.*

У третьому розділі досліджено лексику польських уболівальників. Виокремлено 8 мікрополів та розглянуто лексеми, які їх представляють, зокрема:

1. Мікрополе «боротьба»: *walka* (боротьба), *bój* (бій), *zwycięstwo* (перемога), *niepokonani* та *niezwyciężeni* (непереможні), *mistrzostwo* (чемпіонство), *mistrz* (чемпіон), *lider* (лідер), *porażka* (поразка) та *wróg* (ворог).
2. Мікрополе «вболівальники»: *kibic* (вболівальник), *fanatyk* (фанатик), *fan* (фан), *sympatyk* (прихильник) та *chuligan* (хуліган); *dopingować* та *wspierać*.
3. Мікрополе «любов»: *serce* (серце), *miłość* (любов), *kochany* (коханий), *zakochany* (закоханий), *kochać* (кохати) та *życie* (життя).
4. Мікрополе «колір»: *barwa* (barwa), *czerwony* (червоний), *biały* (білий), *czarny* (чорний) та *zielony* (зелений).
5. Мікрополе «територія»: *dom* (дім), *miasto* (місто), *Łódź* (Лодзь), *Warszawa* (Варшава) та *Polska* (Польща).
6. Мікрополе «вірність»: *zawsze* (завжди) та *wierny* (вірний).
7. Мікрополе «віра»: *wierzyć* (вірити) та *wiara* (віра).
8. Мікрополе «алкогольні напої»: *wódka* (горілка) та *szampan* (шампанське).

У четвертому розділі зіставлено проаналізовані мікрополя з властивими їм лексемами в дискурсі українських та польських футбольних фанів та встановлено, що більшість з них є подібною, хоча кожен має і свої особливості. Нам вдалось виокремити такі спільні мікрополя з подібними та відмінними лексемами:

1. Мікрополе «боротьба» з подібними лексемами: *бій*, *перемога*, *ворог* та польські *bój* (бій), *zwycięstwo* (перемога), *wróg* (ворог); відмінні лексеми – українські *битись* та *перемагати*, польські *niepokonani* та *niezwyciężeni* (непереможні), *mistrzostwo* (чемпіонство), *mistrz* (чемпіон), *lider* (лідер), *porażka* (поразка) та *walka* (боротьба).
2. Мікрополе «територія» з подібною лексемою *місто* та *miasto*; відмінні лексеми – українські *Київ*, *Львів*, *Стамбул*, *москва*, *Україна*, *Галичина*, польські *Warszawa* (Варшава), *Łódź* (Лодзь), *Polska* (Польща) та *dom* (дім).

3. Мікрополе «любов» з подібними лексемами: *серце, любов, любити, улюблений* та польські *serce (серце), miłość (любов), kochać (кохати), kochany (коханий, улюблений)*; відмінні лексеми – польські *zakochany (закоханий)* та *życie (життя)*.
4. Мікрополе «колір» з подібними лексемами: *колір і barwa, білий та зелений, biały і zielony*; відмінні лексеми – українська *синій* та польська *czarny (чорний)*.
5. Мікрополе «вболівальники» з подібною лексемою: *вболівальник* та *kibic*; відмінні лексеми – українська *фанат*, польські *fanatyk (фанатик), fan (фан), sympatyk (прихильник) та chuligan (хуліган), dopingować та wspierać*.
6. Мікрополе «вірність» з подібними лексемами: *завжди, вірний* та *zawsze, wierny*; відмінна лексема – українська *відданий*.
7. Мікрополе «алкогольні напої» з подібною лексемою: *горілка* та *wódka*; відмінні лексеми – українські *пиво* та *вино*, польська *szampan*.
8. Мікрополе «віра» з подібною лексемою: *віра* та *wiara*; відмінні лексеми – українські *Бог, некло* та *храм*, польська *wierzyć (вірити)*.

Відмінними постають 3 мікрополя українських фанатів – «тварини», «їжа» та «небесна символіка».

Отже, лексика, якою послуговуються українські та польські фанати, досить різноманітна, вболівальники запозичують до свого дискурсу поняття з інших сфер, але додають до них свої футбольні відтінки значень. Лексика, відома всім, набуває нових барв та стає мовою своїх. Потрапити до такого кола обраних можна лише за однієї умови – віддати серце команді та присвятити їй життя, і тоді ця особлива мова стане звичною та зрозумілою.

Футбольна лексика українських та польських уболівальників подібна, що пояснюється тим, що все-таки це одна галузь, крім того, досліджувалися споріднені мови. У своїх піснях та зарядах фани оспівують рідну землю, свою

вірність та любов до команди, запевняють, що завжди підтримуватимуть її та віритимуть в її перемогу, заради якої закликають своїх гравців боротись на футбольному полі та нищити своїх ворогів. Хоча помітні й відмінності, навіть між командами однієї країни, адже кожна спільнота індивідуальна та неповторна.

Аналіз лише двох команд не може цілком описати всі лексико-семантичні особливості фанатського дискурсу, тому у перспективі буде важливо дослідити дискурс усіх футбольних команд України та Польщі.

Список використаної літератури:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики. К. : Академія, 2004. 342 с.
2. Близнюк К. Р. Лексико-семантичне поле "патріотизм" в українській, англійській і польській мовах : кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису подається на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. Національний університет "Києво-Могилянська академія", Донецький національний університет імені Василя Стуса. Вінниця : [б. в.], 2019. 263 с.
3. Домрачева І., Маркова Т. Лексико-семантична і тематична групи: принципи розмежування. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2018. Т 2, № 10. С. 75-78.
4. Жайворонок В. В. Знаки української етнокультури: Словник-довідник. К.: Довіра, 2006. 703 с.
5. Жилко Ф. Про семантичні поля української мови. *Українська мова і література в школі*. 1972. № 12. С. 25–32.
6. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Донецьк : ДонНУ, 2012. Т 1. 402 с.
7. Загнітко А. Словник сучасної лінгвістики: поняття і терміни. Донецьк : ДонНУ, 2012. Т 3. 426 с.
8. Історія українського футболу. URL:
https://football24.ua/istoriya_ukrayinskogo_futbolu_n143883/
9. Лисейко Л. Лексико-семантична група “всесвіт” у німецькій мові: діахронічне дослідження: автореф. дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.04 германські мови. Одеський національний університет імені І.І. Мечникова. Одеса, 2007.
10. Маслова Т. Типологія наукового дискурсу в сучасній мовознавчій парадигмі. *Англістика та американістика*. 2013. Випуск 10. С. 39 – 43.
11. Межжеріна Г. Структурна організація семантичних одиниць (поле –лексико-семантична група – слово). *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2002. Вип. 5. С. 114-126.

12. Процик І. Футбольна лексика у формальному та неформальному дискурсах. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук зі спеціальності 10.02.01 – «Українська мова». Національний університет «Києво- Могилянська академія»; Волинський національний університет імені Лесі Українки. Київ, 2020. 788 с.
13. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2008. 711 с.
14. Ситник І. Дискурс в сучасній лінгвістиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер. : Філологія. 2020. Т. 2, № 46. С. 123-126.
15. Словник української мови: у 11 т. 1970–1980. URL : <http://sum.in.ua/>
16. Струганець Ю. Семантика, структура, функціонування футбольної лексики в українській літературній мові початку ХХІ століття. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук. Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. Тернопіль, 2016. 228 с.
17. Струганець Ю. Тематична група «процес гри» у футбольній лексиці сучасної української мови. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: Мовознавство*. Тернопіль : Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2014. Вип. 1 (23). С. 187-190.
18. Ультрас Польщі: протистояння з державою та зміна пріоритетів під час війни. *Football.ua - Новини футболу - Футбол онлайн - Результати матчів, трансляції – football.ua*. URL: <https://football.ua/countrieselse/482916-ultras-polshhi-protistojannja-iz-derzhavuju-ta-zmina-prioritetiv-pid-chas-vijjni.html>
19. Фуко М. Археологія знання / Пер. з фр. В. Шовкун. К. : Вид-во Соломії Павличко “Основи”, 2003. 326 с.
20. Чорнобай І. Історія розвитку футболу. Львів : ЛДУФК, 2016. 648 с. [+ 68 с. іл.].
21. Benveniste E. Problems in general linguistics. Coral Gables : University of Miami Press, 1971. 371 p.
22. ENCENC. URL: <HTTPS://ENCENC.PL>
23. Godzich (Szemberska) A. Przenikanie się języków specjalnych w polskich mediach - płynna nowoczesność czy skuteczniejsza komunikacja? Instytut Filologii Romańskiej, Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu. S. 121-129.
24. Harris Z. Discourse analysis. *Language*. Vol. 28. P. 1–30.

25. Niepytalska-Osiecka A. Stadiony świata, żadło i o błyskzprychy. Profesjonalizmy sportowe na materiale rejestrowanym przez Wielki słownik języka polskiego PAN. *Polish Academy of Sciences Great Dictionary of Polish*. S. 19 -27. URL:
http://www.poradnikjezykowy.uw.edu.pl/wydania/poradnik_jezykowy.783.2021.04.2%20Niepytalska-Osiecka.pdf
26. Soliński M. Piknicy, ultras i chuligani. S. 89 – 105. URL:
https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Studia_Humanistyczne_rocznik_Akademii_Gorniczo_Hutniczej_im_St_Staszica/Studia_Humanistyczne_rocznik_Akademii_Gorniczo_Hutniczej_im_St_Staszica-r2006-t4/Studia_Humanistyczne_rocznik_Akademii_Gorniczo_Hutniczej_im_St_Staszica-r2006-t4-s89-105/Studia_Humanistyczne_rocznik_Akademii_Gorniczo_Hutniczej_im_St_Staszica-r2006-t4-s89-105.pdf
27. Stróżyk J., Wybranowski W. Kibice idą na wojnę z PO i rządem. Rzeczpospolita. URL:
<https://www.rp.pl/spoleczenstwo/art14545511-kibice-ida-na-wojne-z-po-i-rzadem>
28. Wielki słownik języka polskiego. URL: <https://wsjp.pl>
29. Witosz B. Dyskurs i stylistyka. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2009. 311 s.
30. Wojtak M. Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej prasy. Lublin : Wydawnictwo WSPA, 2010. 198 s.