

ВЕРБАЛЬНЕ САМОВИРАЖЕННЯ В СУБКУЛЬТУРІ УКРАЇНСЬКИХ ФУТБОЛЬНИХ УБОЛІВАЛЬНИКІВ

Ірина Процик

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000, Україна
iprotsyk@yahoo.com*

Розглянуто особливості формування субкультури футбольних фанатів та виявлено специфіку їх вербального самовираження. Соціолект фанатів описано за допомогою характеристики сленгових слів, вигуків, колекторів, написів. Систематизовано співані чи скандовані під час матчу тексти. Стверджується про найяскравіший вияв мовлення фанатів – заклик, гасла, куплети та пісні. У лексиці футбольних фанатів виокремлено слова, утворені внаслідок розширення семантики загальноживаних слів української мови, а також запозичені з англійської та італійської мов.

Ключові слова: субкультура, соціолект, сленг, лексика футбольних фанатів, вербальна агресія.

Соціологічні дослідження останніх років свідчать, що «кожен третій громадянин України у віці понад 18 років вважає себе футбольним уболівальником: 5% вважають себе футбольними фанатами, 10% – активними футбольними уболівальниками, 18% – неактивними. Найбільше футбольних уболівальників серед молоді у віці 18–29 років (41%), найменше – серед людей у віці 60 років і старших (25%). 54% чоловіків вважають себе футбольними уболівальниками, водночас ними вважають себе й 15% жінок» [1]. Статистична інформація соціологів та підрахунки самих уболівальників свідчать, що тепер в Україні є понад 200 незалежних груп фанатів.

Важливим компонентом ідентичності уболівальників є мова. Це атрибут не лише належності до групи, а й форма групової свідомості, відображення групових цінностей та соціальної солідарності. Мета статті – на тлі розгляду особливостей субкультури українських футбольних фанатів розкрити специфіку їхнього вербального самовираження. Актуальність порушення цієї теми зумовлена, насамперед, тим, що в українській лінгвістиці мова субкультур стала предметом наукових студій упродовж останнього десятиріччя, а соціолект футбольних фанатів проаналізовано лише принагідно в публікаціях про сучасний молодіжний сленг та мову міста.

Стосовно мовлення футбольних фанатів вживають терміни «фанатський сленг» і «фанатський жаргон», що цілком виправдано, адже, на думку дослідниці соціальної диференціації української мови Лесі Ставицької, «відсутня чітка демаркаційна межа між жаргоном і сленгом» [2: 44]. Дослідниця вважає, що сленг є відкритою підсистемою «стилістично знижених лексико-фразеологічних одиниць, які виконують експресивну, оцінну та евфемістичну функції. До свого складу сленг інкорпорує арго, групові та інші соціальні жаргонізми, некодифіковану розмовну мову (наприклад, суржик), вульгаризми, неологізми, чужомовні запозичення, територіальні діалектизми» [2: 42]. Сленг українських футбольних фанатів специфічний, він з'явився ще в 70–80-х рр. ХХ ст., коли в Україні започатковано фанатський рух. Проте через дію

позамовних чинників український футбольний сленг розвивався дуже мляво й значною мірою під впливом чужих мов, а найактивніший період його формування припадає на другу половину 90-х років ХХ ст. та на початок ХХІ ст.

Важливою рисою субкультури футбольних уболівальників, на думку польського соціолінгвіста Еви Колодзеек, є масовий характер активності її членів. Фанати дотримуються поведінки, яка характерна для спільноти, в якій немає місця на індивідуальність. Кожен робить те, що інші, виглядає так, як інші, говорить те, що й інші і так, як інші. Це вагомо впливає і на мовну поведінку учасників цієї субкультури [3: 115].

Для фанатської спільноти чи не найважливішим є справити враження на присутніх на стадіоні, *«показати рівень»* уболівання. Для цього використовують, насамперед, *«кольори»* клубу, матеріалізовані у вигляді атрибутики, необхідної для ідентифікації фанів тієї чи іншої команди. Назви клубних кольорів у цій субкультурі водночас є неофіційними назвами команди й клубу, наприклад: *зелено-білі* – це львівські «Карпати», *оранжево-чорні* – донецький «Шахтар», *біло-сині* – київське «Динамо» тощо. Вагомість клубних *«барв»* підтверджено в текстах скандувань, які звучать на стадіонах, наприклад: *«Зелено-білі наші кольори. Ми непереможні – шаблі догори!»*, *«Країна ціла – зелено-біла»*.

Прапори клубних барв – це реквізити, за якими впізнають уболівальників тієї чи іншої команди. Презентабельність фанатського *«сектора»* (сектор, у якому найактивніші фанати стоячи підтримують свою команду) оцінюється не тільки за кількістю уболівальників у ньому, а й за розмаїттям та оригінальністю клубних прапорів. Розвішані в *«гостьовому секторі»* (сектор, який компактно займають уболівальники команди, що грає на чужому полі) прапори суперників є об'єктом полювання фанатів-господарів. Тому в секторі гостей завжди підвищено заходи безпеки, хоча нерідко бувають випадки непомітного проникнення фанатів у чужий сектор для провокування заворушень і бійок (*«шадвела»* від англ. *shadewell*).

Найважливішим особистим атрибутом фаната є шалик клубних кольорів (у фанатському мовленні *«роза»*), який під час матчу тримають у розпростертому вигляді над головою або, склавши удвоє, розмахують ним. Про силу клубу свідчить кількість різновидів шаликів, яка може налічувати до кількох десятків. Якщо фанати використовують футболки з атрибутикою клубу, то вони мають бути ідентичні з тими, в яких виступає команда цього сезону. Деякі уболівальники спеціально замовляють собі іменні футболки, нерідко вказуючи на них своє прізвище або прізвисько, під яким їх знають у фанатських колах.

У соціолекті футбольних фанатів порівняно небагато специфічної лексики. Поява багатьох сленгових слів – це переосмислення значень загальноживаних слів мови, яким надають нових значень, розширюючи їхню семантику, наприклад: *виїзд* – поїздка на виїзний матч улюбленої команди в інше місто, регіон, країну з метою підтримки; *глушити* – перекрикувати фанатів команди-суперниці чи інших уболівальників на стадіоні; *грядка* – **стрії фанатів у секторі**; *двійник* – **поїздка на два виїзні матчі без повернення додому між ними**; *дим* – запалена в секторі димова граната; *дударик* – уболівальник із дудкою (футбольні фанати зневажливо ставляться до уболівальників, які підтримують свою команду за допомогою дудок; нерідко з фанатських секторів можна почути вигуки: *«Дудки геть зі стадіону!»*); *злив* – **програв команди за гроші чи на основі попередньої домовленості**; *кроти, гірники*

– уболівальники донецького «Шахтаря» (значення утворене на основі асоціації за функціональною подібністю: шахтар – людина, яка працює під землею, добуваючи вугілля; кріт – тварина, що живе під землею); *перекличка* – поперемінне скандування на стадіоні під час матчу, у якому беруть участь протилежні чи сусідні трибуни; *правий фанат* – 1) перевірений, надійний фанат, який має великий авторитет у групі; 2) фанат, який сповідує націоналістичні погляди; *тема* – один або два-три ритмізовані, часто римовані куплети, які скандують у фан-секторах.

Чимало слів фанатського жаргону становлять назви, утворені внаслідок деривації. Наприклад, суфіксальні форми: *договірняк* – договірний матч (договірн(ий) + ак); *махач* – бійка фанатів команд-супротивниць (від махати + ач). Зафіксовано лексеми, утворені основокладанням, наприклад: *МетаДон* – футбольний клуб «Металург» (Донецьк); *МетаЗапор* – футбольний клуб «Металург» (Запоріжжя).

Широко використовується в мовленні фанатів «мова вулиці». Дуже часто це лексика, властива молодіжному сленгові загалом, наприклад: *втикати* – не до кінця розуміти, що відбувається; *зависнути* – залишитись десь на довше (для фаната – залишитись почувати в іншому місті); *шмон* – обшук уболівальників, що його здійснюють представники правоохоронних органів перед матчем.

Лише для футбольних фанатів характерні такі форми мовної поведінки, як вигуки – «теми», що їх хором скандують під час матчів і які є коментарями до ситуацій на футбольному полі, пісні й куплети, які називають «зарядами», а також назви й гасла, написані на клубних прапорах і банерах. Репертуар текстів фанатського фольклору постійно змінюється. Деякі вигуки належать до уболівальницького канону, їх можна почути під час кожного матчу («Оле-оле-оле-оле!», «Треба – гол!»), інші перероблено й пристосовано до нових ситуацій та реалій, ще інші – витворюються спонтанно під час гри. У текстах гасел і пісень наголошується, що діяч мислиться узагальнено – це «ми», уболівальники, «фанати» команди: «Вперед, «Карпати»! Вперед – до бою! Твої фанати завжди з тобою!» та ін. Цілість репертуару вигуків, скандувань та пісень, а також специфічна поведінка уболівальників під час матчу творять атмосферу підтримки улюбленої команди – дуже важливого складника діяльності фанатів. На більшості стадіонів діями фанатів у секторі керує людина, яка стоїть на спеціально обладнаному підвищенні, обернена обличчям до уболівальників, і подає сигнали, коли і які гасла скандувати чи які пісні співати – «споукмен», чи «споук».

Футболісти найчастіше є адресатами вигукуваних гасел і написів на «банерах» (саморобний транспарант на полотнищі великого розміру (як правило, з емблемою клубу чи фанатського угруповання), що містить лаконічне, актуальне висловлювання, яке має безпосередній стосунок до конкретного матчу і який уболівальники розміщують під час матчу на трибунах чи розвішують на огорожах внизу сектора). Іншими реципієнтами можуть бути: уболівальники суперника, судді, міліція, керівництво клубу та футбольні функціонери. Залежно від того, до кого скероване те чи інше скандування, експресивність текстів може бути позитивно чи негативно забарвленою, наприклад: «Забивайте, хлопці, гола та й лягайте спочивать, а ми підемо до центру перемогу святкувать! Вип'єм фayne львівське пиво, вип'єм чарочку вина, щоби хлопці добре грали, не боялись ніфіга». На адресу уболівальників суперника, як правило, лунають вигуки, що мають на меті принизити, висміяти їх та команду, за яку вони вболівають: «Оболонь – фігове пиво!» (до фанатів київської «Оболоні»).

Нерідко тексти, спрямовані до сектора уболівальників-гостей містять вульгарні слова як один зі способів мовного вираження негативних емоцій: «*Турецькі свині, забирайтеся геть із Європи!*» (банер з написом турецькою мовою, адресований уболівальникам стамбульського «Галатасарая»). Брутальними зазвичай є вигуки до суддів, які, на думку фанатів, припускаються помилок на користь команди-суперниці: «*Суддя – гей!*». Слід зазначити, що в сучасних скандуваннях до суддів майже не використовують популярного раніше вигуку незадоволення діями арбітра: «*Суддю на мило!*». Вульгаризми, прокльони й ненормативна лексика, що їх вигукують під час матчу фанати, є засобами, які використовують для вихлюпування негативних емоцій – виявом вербальної агресії.

Часто на українських стадіонах можна почути «*переклички*» – вигуки, які поперемінно скандують під час матчу фанати різних команд або уболівальники на протилежних чи сусідніх трибунах, нерідко патріотичного характеру: «*Слава Україні! Героям слава!*», «*Слава нації – смерть ворогам!*». Стимулюванням уболівальників власної команди до активнішої підтримки гравців є гасло, що його використовують львівські фанати: «*Хто не скаче – той москаль!*».

Комунікування між групами уболівальників відбувається не тільки в площині висловлюваних текстів (співаних чи скандованих під час матчу), але й на рівні писаних текстів на прапорах, банерах і «*розтягах*» (плакати на двох палицях). Такі написи зазвичай інформують про існування фанатів конкретних команд, визначають сфери їхнього впливу: *Banderstadt Ultras*, *F.C.K.L.*, *Karpaty Ultras*. Більшість написів містять повні назви клубів, наприклад: «*Карпати*» *Львів*, або ж назва клубу супроводжується найважливішою інформацією з історії команди, наприклад: *ФК «Карпати» – володар кубка 1969 року*; «*Карпати*» *1963* (рік заснування команди). Ідентифікаційну функцію виконують написи з назвами уболівальницьких середовищ, розміщені на банерах і на клубних шаликах: *Зелені леви*, *Бандерштадт Ультрас*, *Ultras Lviv*, *Ultras Karpaty Lviv*.

Банери також вихваляють боєздатність і цілеспрямованість своїх команд: «*Ми – львів'яни, ми – найсильніші!*» або засвідчують уболівальницьку відданість улюбленій команді: «*Львів, Львів, тільки Львів!*», «*Ми – переможці, ми – переможці, віва Львів!*», «*Мільйон сердець – одне биття, «Карпати» Львів – на все життя!*». У таких написах увиразнюються вартості, що є найважливішими для футбольних уболівальників, – сила, відвага, слава, віра, непереможність, вірність: «*Завжди вірні*», «*Назавжди разом*».

Численні запозичення з англійської мови в соціолекті футбольних фанатів можна пояснити не лише модою на англійську, а й міжнародними масштабами спортивного фанатського руху. Багато футбольних фанатів є англофілами, тому в їхньому мовленні чимало англіцизмів, починаючи від назв самих фанатських угруповань: *хуліганс* (hooligan's) – хулігани; *ультрас* (ultras) – люди крайніх поглядів, фанатики; організовані групи підтримки футбольних команд. Іншими запозиченнями з англійської мови є: *візуал* (visual) – візуальне оформлення трибун, візуальна підтримка; *гардкори* (hardcore – букв. тверде + осердя) – фанати, які безпосередньо беруть участь у бійках; *ска(р)фер* (від scarf – шарф) – уболівальник, який носить шалик зі символікою улюбленої команди; *фаєр* (fire) – вогонь, факел, димова граната, піротехнічний заряд; *фан* (fan) – уболівальник, фанат; *фанзин* (fan + magazine) – друковане видання фанатів. Серед запозичень з інших мов зафіксовано лексеми з італійської та

іспанської: *інчас* (від іспан. *hinchas*) – уболівальники, фанати в Іспанії; *кальчо* (від італ. *calcio*) – футбол; *стадіо* (від італ. *stadio*) – стадіон; *тифозі* (від італ. *tifoso*) – уболівальники в Італії; *мундіаль* (від італ. *mondiale*) – чемпіонат світу; *скудетто* (від італ. *scudetto*) – чемпіонат; *торсида* (від італ. *torcida*) – **велика група фанатів**.

Підсумовуючи, варто сказати, що найяскравішим виявом специфіки мовлення українських футбольних фанатів є тексти сучасного фольклору – заклики, гасла, куплети та пісні. У лексиці футбольних фанатів уживаються сленгові слова, утворені внаслідок розширення семантики загальноживаних слів мови, а також запозичення з англійської та італійської мов.

1. Футбольні фанати про збірну України та наші провідні клуби [Електронний ресурс]. – Доступно з: <http://www.ua-reporter.com/novosti/69496> (13.11.2009).
2. *Ставицька Л.* Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови / Леся Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 464 с.
3. *Kołodziejek E.* Człowiek i świat w języku subkultur / Ewa Kołodziejek. – Szczecin : Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2005. – 274 s.
4. <http://www.ultras.lviv.ua/> (24.03.2011).

VERBAL SELF-PRESENTATION IN THE SUBCULTURE OF UKRAINIAN FOOTBALL FANS

Iryna Protsyk

*Ivan Franko National University in Lviv
vul. Universitetska, 1, Lviv, 79000, Ukraine
iprotsyk@yahoo.com*

The article discusses distinctive features of forming football fan subculture and reveals specific elements of their verbal self-presentation. It describes sociolect of fans by way of characterizing slang words, exclamations, collectors and signs. The texts which are sang or cried out during the game are systematized. The brightest elements of fan speech manifestations, namely slogans, rhymes, catchwords and songs are reviewed. Football fan vocabulary includes the words formed as a result of widening the semantics of generally used words of the Ukrainian language, as well as those borrowed from English and Italian.

Key words: subculture, sociolect, slang, vocabulary of football fans, verbal aggression.

**ВЕРБАЛЬНОЕ САМОВЫРАЖЕНИЕ В СУБКУЛЬТУРЕ
УКРАИНСКИХ ФУТБОЛЬНЫХ БОЛЕЛЬЩИКОВ**

Ирина Процик

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко
ул. Университетская, 1, г. Львов 79000, Украина
iprotskyk@yahoo.com*

Рассмотрены особенности формирования субкультуры футбольных фанатов и выявлена специфика их вербального самовыражения. Описан социолект фанатов при помощи характеристики сленговых слов, восклицаний, коллекторов, надписей. Систематизированы спетые или скандированные во время матча тексты. Содержится утверждение о наиболее ярких проявлениях речи фанатов – призывах, лозунгах, куплетах и песнях. В лексике футбольных фанатов употребляются слова, образованные в результате расширения семантики общеупотребительных слов украинского языка, а также заимствованные из английского и итальянского языков.

Ключевые слова: субкультура, социолект, сленг, лексика футбольных фанатов, вербальная агрессия.

Стаття надійшла до редколегії 04.11.2011
Прийнята до друку 11.11.2011