

Г. Пасько зазначає, що жанр загадки постає як комунікативне явище дискурсивної природи. Він займає в комунікації проміжну позицію між мовленнєвими актами декларативу, імперативу та інтерогативу, які його виформовують, та дискурсом, у якому він розгортається [4, с. 186].

Цікавими є дослідження загадки у зіставному аспекті. Багато досліджень присвячено опису граматичної, структурної та ритмічної організації різномовних загадок. Подальше наше дослідження базуватиметься на розгляді антропоцентричної сутності загадок української та англійської мов.

Список літератури

1. Березовський І. П. Загадки. Українська народна творчість / І. П. Березовський – К. : Вид-во АН УРСР, 1962. – 510 с.
2. Захарова Н. В. Лінгвокультурні особливості українських і німецьких народних загадок: структура, семантика, прагматика: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.17. – К., 2009. – 20с
3. Мойсієнко А. К. Народна загадка в текстово – дискурсивному вимірі [Електронний ресурс] / Мойсієнко А. К. – Українська мова, 2013 – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrm_2013_3_5
4. Пасько Г. М. Мовленнєвий жанр загадки в дискурсивній площині: особливості функціонування / Пасько Г. М. // Лінгвістичні студії. – Випуск 23, розділ II. Проблеми лінгвістики тексту, дискурсології, дискурс-аналізу. – С.183–197.
5. Топоров В. И. К реконструкции «загадочного» прототекста (о языке загадки) / Топоров В. И. // Исследования в области балто-славянской духовной культуры: Загадка как текст. 2. –М : Издательство «Индрик», 1999. – С. 54 – 68.
6. Peppicello W. J. The language of Riddles New Perspectives / Peppicello W. J. and Thomas A. Green. – Ohio State University Press: Columbus, 1984. – 169 p.

Дарія Яструб

Національна академія «Кієво-Могилянська академія» (Київ)

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКИ ТА АТРИБУТИКИ УКРАЇНСЬКИХ ФУТБОЛЬНИХ УБОЛІВАЛЬНИКІВ

У пропонованих тезах розглянуто питання утворення футбольного фан-руху на теренах України, а також проаналізовано соціолект українських футбольних уболівальників. Виділено основні способи словотворення футбольних лексем. Також було досліджено особливості складання футбольних примовок на прикладах матчів збірної України з футболу та «Динамо» (Київ). Проаналізована й банерна культура, яка разом з мовою є засобом самоідентифікації українських фанів.

Ключові слова: футбол, соціолект, уболівальник, банерна культура.

The Ukrainian football fan movement and sociolect Ukrainian football fans were considered in these theses. We determined the main methods of derivation football sociolect. We analyzed football chants from matches of national football team of Ukraine and «Dynamo» (Kyiv). Their banner culture was also analyzed. They are the most important thing of self-identification of Ukrainian fans.

Keywords: football, sociolect, fan, banner culture.

Із кінця ХХ століття спеціальна лексика все частіше стає об'єктом вивчення багатьох мовознавців, зокрема досліджуються молодіжний сленг, аргі злодіїв, професійна лексика тощо. Вивчення футбольної лексики в українській лексикології починається

значно пізніше і характеризується лише дослідженнями С. Мартос та І. Процик, що вивчали субкультуру українських футбольних уболівальників, їхній соціальний склад та вербальне самовираження. Метою нашого дослідження є встановлення основних

закономірностей творення лексики та атрибутики українських футбольних уболівальників. А завдання – ретельний аналіз лексем, що функціонують у соціолекті представників українського фан-руху, а також значення мови та атрибутики для українських уболівальників як засобів самоідентифікації у часи існування СРСР. Основними методами є анкетування та спостереження, описовий метод, використано елементи компонентного аналізу.

Субкультура футбольних уболівальників з'явилася тоді, коли футбол як масова гра розвинувся на українських територіях. За деякими свідченнями це сталося ще напередодні Першої Світової війни, при чому такий вид спорту називали тоді «грою в копаній м'яч». Найбільшого розвитку така гра досягла на територіях західної України у 40-х рр. ХХ століття. Наприклад, збережена афіша матчу «Скала» (Стрий) – «Дністер» (Миколаїв Львівської області), датованого 4 квітня 1943 року, якраз під час німецької окупації. Футбольні клуби тоді були організовані по всьому дистрикті Галицієн (Галичині), серед них знаходимо «Русалка» (Золочів), «Богун» (Броди), «Чорноморці» (Львів), «Тризуб», «Гарбарня», «Ватра», «Пролом», «Чайка» (Калуш). Після 1944 року назви змінюються: «Спартак», «Динамо», «Більшовик», «Торпедо» тощо.

За результатами соціологічного дослідження І. Процик у статті «Вербальне самовираження у субкультурі українських футбольних уболівальників» можна стверджувати, що кожен третій громадянин України у віці понад 18 років вважає себе футбольним уболівальником: 5 % вважають себе футбольними фанами, 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 %). Важливим компонентом ідентичності уболівальників є мова. Це атрибут не лише належності до групи, а й форма групової свідомості, відображення групових цінностей та соціальної солідарності [2]. Іншим не менш значимим складником ідентичності футбольного фана є атрибутика (шалики, транспаранти, піротехніка).

У ході дослідження було встановлено, що найбільш продуктивними засобами словотворення футбольних жаргонізмів є суфіксальний спосіб. Наприклад, суфікси **-няк-**, **льник-** та **-ник-** (**-ик-**), **ич-**, **-ач-**, **-ик-**(**-ік-**), **-ак** (**як-**), **-он** у словах **товарняк**, **м'ясник**, **нирляльник**, **кузьмич**, **нарифон**, **махач** та ін. Досить поширеним є усічення основи, що спостерігаємо у словах «болел» (*від болельщик*), «пеналь» (*від пенальті*), «хав» (*від хавбек*), «перф» (*від перфоменс*), «хулс» (*від хуліган*). Оскільки батьківщиною футболу вважають Англію, де була створена перша у світі футбольна асоціація і розроблено перші офіційні правила гри мільйонів, то чимало футбольних жаргонізмів утворено шляхом запозичення з англійської мови. Наприклад, *бас* (*від англ. bus*) – *автобус*; *драм* (*від англ. drum*) – *барабан*; *перфóменс* (*від англ. performance*) – *виступ, гра*; *кóуч* (*від англ. coach*) – *тренер*; *плеймéйкер* (*від англ. playmaker*) – *нападник, що створює голіві моменти*; *спікер* (*від англ. speaker – оратор*) або *спóукмен* (*від англ. spoke – говорити і тат – чоловік*) – *людина (зазвичай із рупором) у фанатському секторі, яка організовує процес виголошення примовок*; *фáйер* (*від англ. fire – вогонь*) – *піротехніка* тощо. Крім того, українські ультрас запозичують велику кількість термінів

мистецтва (із техніки: *брандспойт, вогнегасник, вроцлавський вогонь, мегафон, мікрофон, петарда, піротехніка, рупор, стробоскоп*; військової справи: *димова граната, фаср, сигнальна ракета*; музики: *барабан (драм), бубон, вокальний репертуар, дудка, репертуар, спів, шлягер, шоу*; художнього мистецтва: *шифр, графіті, перфоменс, стікер, трафарет*; архітектури: *вишка, тераса*; фізики: *звук, модуль, хвиля*. [3]. І нарешті, метафоризація – перенесення якоїсь однієї ознаки предмета, що позначає це поняття, на інший предмет. Наприклад, пряме лексичне значення слова *гірчичник* – листок паперу або шматок тканини, покритий гірчичним порошком з клейкою речовиною; використовується як лікувальний засіб, що викликає приплив крові. А *жовта картка* у футбольній термінології – це спеціальна картка жовтого кольору, яку арбітр матчу має право показати за негрубе порушення правил. Можемо прослідкувати спільну ознаку цих двох понять «колір (жовтий – гірчичний)».

Після дослідження футбольних примовок («зарядів») було виокремлено декілька характерних рис: лаконічність у побудові; частотність вживання дієслів, особових займенників та вигуків; наявність окличних речень. Їхня структура, зазвичай, проста, вживання художніх засобів мінімізується. Також встановлено закономірність у виголошенні примовок: вони супроводжуються оплесками та пришвидшенням темпу. Серед найпопулярніших (на прикладі «Динамо» (Київ) та матчів збірної України: «Тільки Київ! Тільки победа!» (рос.), «Ди-на-мо!», «И во сне, и на яву за Динамо всех порву!» (рос.), «Слава Україні – героям слава!», «Україна – понад усе!», «Динамо

супер, Динамо клас, Динамо порве всіх ураз!», «У-кра-ї-на!» тощо.

Банерна культура миттєво реагує на проблеми громадськості та суспільно-політичні події в Україні. Крім того, на матчах бачимо велику кількість транспарантів націоналістичного характеру (синьо-жовтий та червоно-чорний прапори; символ «Цивільного корпусу АЗОВ» тощо). Анексія АР Крим, і відповідно виключення з Чемпіонату України футбольного клубу «Таврія» (Сімферополь), теж відбилася на банерах українських фанів («Крим – це Україна!», «ПТН ПНХ»). Окрім цього, вболівальники використовували прапор кримських татар на секторах, тим самим прагнули підкреслити свою позицію проти сепаратизму та негативне ставлення до ситуації в АР Крим. Ультрас харківського футбольного клубу «Металіст» на одному із домашніх матчів Чемпіонату України заспівали легендарну пісню («Путін хуйло, ла-ла-ла-ла»), яка і до сьогодні лунає на кожному секторі усіх українських міст. Банер із аббревіатурою «All Cops Are Bastards» (англ. *Всі кони – виродки*), що первісно використовувалася у тюремному жаргоні. Як правило, ці чотири літери наносилися як татування на кожен палець руки, що свідчило про кримінальне минуле такої людини. З часом це гасло проникло і у футбольний фан-рух.

Отже, у ході дослідження ми простежили структурно-семантичні особливості лексики та атрибутики українських футбольних уболівальників і з'ясували, що найбільш продуктивними засобами словотворення футбольних жаргонізмів є суфіксальний спосіб, усічення основи, запозичення з англійської мови, метафоризація. Футбольні примовки за своєю будовою лаконічні, характеризуються частотністю

вживання дієслів, особових займенників та вигуків; наявністю окличних речень. Атрибутика слугує засобом самовираження та самоідентифікації

українських фанів, банерна культура відображає їхню реакцію на суспільно-політичні події в країні та світі.

Список літератури

1. Лукшиц Ю. М. История украинских кричалок [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу: <http://mreadz.com/read27846/p2>
2. Процик І. Спеціальна лексика у соціолекті українських футбольних фанатів / І. Процик // Вісник Львів. ун-ту. Серія філологічна. – 2012. – Вип. 57. – С. 285–290.
3. Процик І. Функціонування термінів мистецтва в соціолекті футбольних фанатів (на матеріалі української та польської мов) // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології». – 2012. – № 733. – С. 81–85.
4. Юрковский И. Активные процессы в русской спортивно-игровой лексике / И. Юрковский // тв. ред. С. Д. Ледяева; Кишин. гос. пед. ин-т им. И. Крянгэ. – Кишинев : Штиинце, 1988. – 118 с.