

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»
Факультет гуманітарних наук
Кафедра української мови

Кваліфікаційна робота

освітньо-науковий ступінь – магістр

на тему: **«СОЦІОЛЕКТ ФУТБОЛЬНИХ УБОЛІВАЛЬНИКІВ»**

Виконав: студент 2-го року навчання
Спеціальність: 035 Філологія
Спеціалізація 035.01 Філологія
(українська мова та література);
Освітньо-наукова програма: Теорія,
історія української мови та
компаративістика.
Швець Валерій Олександрович

Керівник: Ясакова Н. Ю.,
доктор філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри української мови

Рецензент: Личук М. І.,
доктор філологічних наук,
завідувач кафедри романо-
германських мов і перекладу НУБіП

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою «_____»
Секретар ЕК _____
«_____» _____ 2023 р.

Київ – 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. ПРИРОДА, СКЛАДНИКИ І НАПРЯМИ ВИВЧЕННЯ СОЦІОЛЕКТУ ФУТБОЛЬНИХ УБОЛІВАЛЬНИКІВ.....	6
1.1. Поняття соціолекту, його різновиди.....	6
1.2. Типологія футбольних уболівальників.....	12
1.3. Структура соціолекту футбольних уболівальників.....	15
РОЗДІЛ 2. СОЦІОЛЕКТ ФУТБОЛЬНИХ УБОЛІВАЛЬНИКІВ НА ТЛІ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ЗМІН.....	35
2.1. Позалінгвальні чинники змін соціолекту футбольних уболівальників...	35
2.2. Соціолект футбольних уболівальників у світлі асоціативного експерименту.....	41
2.3. Жаргони звичайних футбольних уболівальників і фанатів: мовні відмінності споріднених соціальних груп.....	66
ВИСНОВКИ.....	81
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	84

ВСТУП

Одним з наймасовіших елементів культури в Україні є футбол, водночас футбольні вболівальники мають один з найпоширеніших соціолектів. Станом на 2020 рік кількість проактивних глядачів футболу серед українців перевищувала три мільйони осіб, тоді як під час окремих подій цей показник суттєво зростати [94]. Так, за даними каналу «Україна, матч Євро-2020 Україна – Нідерланди у червні 2021 року зібрав біля екранів 4.5 мільйони уболівальників – кожен третю людину, у якої в той проміжок часу був увімкнений телевізор [77]. Під час поєдинків українських команд (і особливо збірної України) на міжнародному рівні країна консолідується і вболіває в одному пориві, що дає підстави говорити про футбол як про один з ефективних націєоб'єднувальних факторів.

Тож **актуальність дослідження** пов'язана з популярністю і важливим суспільним значенням футбольного соціолекту, його суб'єктів комунікації та футболу загалом. Водночас актуальності обраній розвідці додає зміна функцій і ролей футбольних фанатів у суспільно-політичному контексті України останнього десятиліття, що позначилося і на вболівальницькому соціолекті. Саме фанати стали рушійною силою Євромайдану в 2013-14 роках, посприяли поваленню режиму Віктора Януковича і не дозволили проросійським силам взяти під контроль великі українські міста, як Харків, Дніпро та Одесу [72]. А з 2014 року і донині велика кількість фанатів різних клубів захищають Україну у кровопролитній війні з Росією.

Соціолект футбольних фанатів неодноразово ставав предметом розвідок І. Р. Процик [42-48], частково цей сегмент у контексті молодіжного сленгу та мови міста розглянуто в працях С. Мартос [34], Л. Кудрявцевої та І. Приходько [27], жаргон футбольного уболівальника аналізував О. Лавриненко [29], однак дослідження мови звичайних любителів футболу та фанатів у межах зіставного аналізу і, зокрема, контексті повномасштабної війни досі залишалися поза увагою науковців.

Метою роботи є визначення особливостей сучасного соціолекту українських футбольних уболівальників на лексичному рівні з урахуванням впливу позамовних чинників.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- розглянути сутність, критерії розрізнення соціолектів;
- проаналізувати наявні типології футбольної лексики;
- розробити власну класифікацію футбольної лексики;
- схарактеризувати головні позалінгвальні причини і зміни в соціолекті уболівальників;
- за допомогою асоціативного експерименту з'ясувати особливості сприйняття одиниць досліджуваного соціолекту в межах різних груп уболівальницької спільноти;
- проаналізувати основні особливості жаргону кожної категорії уболівальників.

Об'єктом дослідження є сучасний соціолект українських футбольних уболівальників.

Предмет дослідження – лексичні особливості соціолекту футбольних фанів різних груп.

Матеріалом дослідження стали відеоматеріали різних Youtube-каналів, зокрема, «Бомбардир», «Профутбол Digital», «Pressing», «Sportarena», «Ultras Dynamo Kyiv TV».

У роботі застосовано описовий, аналітично-синтетичний, зіставний **методи**, а також метод вільного асоціативного експерименту, під час опрацювання результатів якого використано елементи статистичної обробки інформації.

Теоретичне значення роботи зумовлене тим, що в ній поглиблене уявлення про футбольний соціолект; окреслені позалінгвальні чинники, що впливають на його динаміку; уточнена класифікація футбольної лексики.

Практична цінність одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані у викладанні курсів «Лексикологія української мови», «Соціолінгвістика», а також під час укладання глосаріїв футбольної лексики, словників жаргонізмів.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1.

ПРИРОДА, СКЛАДНИКИ І НАПРЯМИ ВИВЧЕННЯ СОЦІОЛЕКТУ ФУТБОЛЬНИХ УБОЛІВАЛЬНИКІВ

1.1. Поняття соціолекту, його різновиди

«Немає жодного суспільства, де не було б соціальних діалектів», – так у своїй праці стверджував американський лінгвіст Р. І. Макдевід [32, с. 370]. З цим твердженням важко не погодитися, оскільки мова є необхідним інструментом функціонування та ідентифікації кожної спільноти людей. Термін «соціолект» у другій половині ХХ ст. створили німецькі соціолінгвісти Р. Гроссе та А. Нойберт, давши йому визначення «соціальний говір» [50, с. 42]. Загалом «соціолект» походить від латинського слова "societas" (суспільство) і грецького "λεκτός" (мовлення), що, зіставивши, означає «мовлення суспільства» [14]. Відтоді це поняття й увійшло до термінологічної парадигми, розширивши значення до окремої категорії мови соціальних груп.

За Великим тлумачним словником української мови, соціолект – це сукупність особливостей мови соціальної групи, соціальний діалект з характерним слововживанням, способами вираження думки та стилістики [11, с. 1360]. Ідентичне тлумачення подає Словник іншомовних слів: соціолект – сукупність особливостей мови певної соціальної групи [57, с. 503]. Не суперечить попереднім потрактуванням визначення дослідниці О. Л. Клименко: «Соціолект – це лексико-семантичні «субсистеми», які вживаються певною соціальною або професійною групою у певному соціально-культурному контексті, тобто обмежені у функціонально-стилістичному вживанні соціальним середовищем (субкультурою)» [21, с. 3].

Нарешті Л. О. Ставицька, дослідження якої стали переломними у вивченні соціальних діалектів, у першому розділі праці «Арго, жаргон, сленг:

соціальна диференціація української мови» підсумовує: «Соціальні діалекти – це різновид мови, вживаний як засіб спілкування між людьми, пов'язаними тісною соціальною або професійною спільністю, тобто це мова певної соціальної групи» [59, с. 20].

Відомі й інші підходи до розуміння природи соціолектів. Зокрема Ю. С. Степанов у праці «Основи загального мовознавства» стверджує: «До місцевих селянських діалектів близькі соціальні діалекти однієї мови // По-іншому їх номінують «умовними мовами»» [61, с. 200].

Інший лінгвіст, Б.А. Серебренніков, відмовляє соціолектам у статусі діалектів, оскільки «вони не мають специфічної фонетичної системи, специфічного граматичного ладу і існують на базі звичайної мови» [56, с. 496; 1, с. 55].

Класифікація соціальних діалектів є необхідною складовою їхнього наукового осягнення, докладнішого власне лінгвістичного та лінгвокультурного аналізу. У своїх працях провідні українські соціолінгвістки О. О. Селіванова [55] та Л. О. Ставицька [59] відзначають типологію В. Д. Бондалєтова, який поділяє соціальні діалекти на:

- 1) власне професійні (підмови, лексичні системи);
- 2) групові/корпоративні, жаргони (учнів, студентів, спортсменів, солдатів та ін.);
- 3) умовні/таємні мови, аргі (ремісників і торговців);
- 4) мови (аргі) декласованих елементів (так званий злочинський або «блатний» жаргон) [8, с. 69].

На основі цієї типології наприкінці ХХ і на початку ХХІ століття науковці розробляють власні варіанти класифікацій, де аргі (таємні мови) об'єднані в одну категорію. Так, за Л. Л. Касаткіним, соціальні діалекти охоплюють: 1) професійні мови; 2) групові або корпоративні, жаргони/сленги учнів, студентів, спортсменів та інших; 3) таємні мови, аргі декласованих елементів, ремісників, торговців [18, с. 133]. І. Г. Матвіяс виділяє лише професійні говори (об'єднуючи професійну мову і професійний жаргон) і

арго (таємні мови) [36, с. 12]. Е. Г. Туманян поділяє соціальні діалекти на професійні або групові, корпоративні системи (професійної інтелігенції, студентів, спортсменів) та умовно-професійні системи і арготизми декласованих елементів (таємні жаргони, злочинський або «блатні» мови) [69, с. 33].

Традиційний підхід підкреслено і в академічній праці «Сучасна українська літературна мова: Лексика і фразеологія» за редакцією І. Білодіда, де виокремлено три групи лексики обмеженого соціального вживання: професіоналізми, жаргонізми та арготизми [64, с. 196]. Однак водночас у цій роботі зазначено про популярність у зарубіжному мовознавстві терміну «сленг». Спочатку цим терміном послуговувалися для номінації жаргону британських злочинців. А вже на початку ХІХ століття сленг став назвою професійних жаргонів і розмовної мови, що перебуває поза межами літературної мови та складається з неологізмів.

У радянській лінгвістиці терміном сленг майже не послуговувалися, однак вже у 90-ті роки ХХ і на початку ХХІ століть ситуація змінилася. Сленг стрімко починає набувати популярності серед науковців пострадянських країн, зокрема й отримує місце в класифікаціях соціальних діалектів. Зокрема, у своїй праці Л. О. Ставицька виокремлює чотири різновиди соціолектів: арготизми, жаргон, професійний жаргон і сленг [59, с. 22]. Подібні диференціації пропонує М. М. Маковський, який до соціальних діалектів зараховує професійні діалекти, жаргон (арготизми) і сленг [33, с. 37]. А також чеський лінгвіст А. Кельнер, вирізняючи мову людей за: професією (професійні діалекти); родом занять (сленг); ізоляваністю в суспільстві (жаргон/арготизми/таємна мова) [87, с. 74].

Водночас досі дискусійним у соціолінгвістиці залишається питання демаркації понять жаргон, арготизми та сленг. У наукових працях, присвячених типології цих понять, спостерігаємо різне трактування одних і тих самих термінів, тоді як словникові дефініції вищеназваних термінів свідчать про розмитість меж між ними. Саме тому встановлення відмінностей між

поняттями жаргон, арго і сленг є ключовою умовою в чіткій ідентифікації кожного соціолекту.

За Великим тлумачним словником української мови, арго – це умовна говірка якого-небудь соціального середовища (групи), у якій є специфічні слова і вислови, незрозумілі для сторонніх; жаргон [11, с. 38]. Жаргон – мова якоїсь соціальної чи професійної групи, що відрізняється від загальнонародної наявністю специфічних слів і виразів, властивих цій групі; арго [11, с. 364]. Сленг – 1) розмовний варіант професіонального мовлення, жаргон; 2) жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків [11, с. 1342].

Більш виваженими є наукові визначення, які спираються на ґрунтовне вивчення відповідної лексики, зокрема й у контексті історії її виникнення та функціонування.

Ряд науковців, серед яких і Л.О. Ставицька та В. М. Жирмунський, дотримуються думки, що арго – це плід доби феодалізму, у часи якого певні закриті групи суспільства, як-от ремісники, торговці, жебраки, злочинці послуговувалися спеціальною закодованою мовою для самозахисту, збереження професійних таємниць та відокремлення від решти суспільства [59, с. 24; 15, с. 120]. Дослідник Л. Сенеан, якого колеги називають батьком аргології, стверджує, що арго з'явилося у Франції в XIV – XV століттях як злочинська мова [50, с. 30; 91].

Першою писемною згадкою арго вважають словник М. Швоба «Le jargon des Coquillards en 1455», який фігурував у справі банди грабіжників [3, с. 5]. Український аргознавець А. Білас першу появу слова арго фіксує в праці О. Шеро «Le Jargon de l'argot reforme» (1628), де це поняття вживалося в контексті жебрацтва бідних, а також злодіїв [4, с. 19; 83]. Інший дослідник О. Т. Горбач зауважує, що на українських землях арго почало поширюватися в XVI – XVII ст., коли селяни втікали від панів у часи панщини [12, с. 57]. А також, посилаючись на К. Студинського, згадує спеціальні словники лірників, які ті створювали для таємного розуміння і повстання [63]. Це

відповідає твердженню В. М. Жирмунського, який називав аргі своєрідним паролем, створеним для пізнання декласованими один одного, і потужним засобом професійної організації під час гострої соціальної боротьби [16, с. 119].

Як зазначає у своїй роботі М. Ю. Руденко, у XVIII столітті під цим терміном розуміють мову професійних бандитів, а з XIX ст. – декласованих елементів [50, с. 47]. Надалі значення аргі розширювалося і набувало ознак жаргону, позначаючи мову різних соціальних категорій. Однак, ураховуючи походження і розвиток терміну, є всі підстави послуговуватися лексемою *арго* щодо мови певної вузької групи людей, визначальною особливістю якої є закритість/таємничість.

Суміжним з поняттям аргі є жаргон. Цей термін походить від французького слова *jargon*, що, за М. Фасмером, означало «базікання» або, як зазначено в Українській мовній енциклопедії, «щебетання птахів, пташина мова» або ще «незрозуміла, заплутана мова» [74; 70, с. 182]. За версією Й. Йордана, «незрозуміла», бо невідомо, про що говорять птахи [17, с. 540]. Така етимологія цілком відповідає сучасному розумінню жаргону як спеціальної мови, не відомої на загал. Але, на відміну від аргі, жаргон зазвичай складав відкриту систему і був поширений серед значно ширших груп носіїв мови.

Так, у країнах зі старою аристократією та буржуазією, як-от Франція, Німеччина, Російська імперія, існували класові жаргони [59, с. 32]. Загалом дуже поширені жаргони різних соціальних груп, об'єднані спільними інтересами та вподобаннями (театр, спорт, філателія), професіями та заняттями (телярство, ткацтво, мисливство, рибальство), перебуванням в одному середовищі (навчання, робота) [59, с. 32]. Водночас варто зазначити, що в українській лінгвістичній традиції жаргон також пов'язують з викривленою, зросійщеною/мішаною мовою, тобто суржилом.

Приклади такого термінологічного ототожнення представлено в працях мовознавців Р. Смаль-Стоцького, В. Чапленка та Ю. Шевельова [58; 78; 80;

81]. Проте в контексті розмежування основних видів соціолектів, доцільнішим вважаємо ідентифікувати жаргон у класичному розумінні, як спеціальну мову певної соціальної групи людей, прикріплену до конкретної сфери/середовища, але не обмежену категорією закритості. Як зазначає Л. О. Ставицька, відмінною рисою жаргону є напіввідкритість лексико-фразеологічної системи [59, с. 33].

Та найбільша термінологічна дифузія спостерігається в поняттях жаргону і сленгу, оскільки частина дослідників, як-от Р. А. Спіерс, І. Г. Матвіяс, В. В. Балабін, надають сленгу (як і жаргону) властивість маркування соціальних груп за певною ознакою [92; 36; 2]. Етимологія ж слова дає більше підстав ототожнювати сленг з арго. Адже, за Ф. Гроузом, це поняття походить від таємної мови бідних мандрівних циган, де *slang* перекладався як «мова» [85; 32 с. 47]. Інший відомий лінгвіст Е. Партридж співвідносить *slang* зі словом *sling* (кидати), а Дж. Хоттен зі значенням «пута, кайдани», з чого утворилося «мова арештантів/циган-злочинців» [90; 86]. Подібні тлумачення, пов'язані з умовним способом спілкування злочинців, сленгу надавали і А. Баррер, Ч. Г. Леланд, Р. Спіерс [82; 92]. З української лінгвістики «ною формою арго» сленг називав О. Т. Горбач [12].

В Оксфордському словнику термін сленг уперше зафіксовано в 1756 році, як низьку або вульгарну мову [75, с. 29]. У XIX столітті під сленгом розуміють розмовну мову, яка перебуває поза літературною і складається з неологізмів. Власне це визначення максимально наближене до традиційної дефініції. Найзручнішим у контексті диференціації соціолектних термінів вважаємо тлумачення сленгу, яке закріпилося в пострадянському мовознавстві в 90-их роках XX століття і трактується як жаргонізоване просторіччя, що не має будь-якої соціальної або професійної прикріпленості, вживане широкими соціальними групами.

Тож відмінними рисами сленгу можна виділити його вільний і гнучкий характер, відсутність закріпленості за соціальною групою і відкритість/доступність для наповнення і розуміння. І ще, як влучно

підкреслила Л. О. Ставицька, сленг є вторинним утворенням, яке може інкорпорувати арготизми та жаргонізми і вже після запозичень утворювати спеціальний сленг [59, с. 42]. Тому ще однією особливістю сленгу вважаємо його гетеротрофний характер, на відміну від автотрофних жаргону і арго.

Узагальнюючи все вище назване, доходимо висновку, що соціолекти можна розрізняти за такими критеріями:

- 1) ступень відкритості/проникнення;
- 2) кількість носіїв/розмір соціальної групи;
- 3) тип/спрямованість соціальної групи.

Водночас спільною рисою будь-яких соціолектів є їхні функції відмежування певної групи осіб від решти соціуму, ідентифікації учасників групи, зміцнення соціальних зв'язків між ними, а також зв'язок із певними субкультурами, продуктом яких є соціолекти.

1.2. Типологія футбольних уболівальників

З початком другої декади ХХІ століття дедалі популярнішими у мовознавстві стають дослідження, присвячені футбольній тематиці. Головними суб'єктами значної частини таких праць є футбольні фанати, які ще називають себе футбольними хуліганами. У своєму ж дослідженні ми розглядаємо спільноту футбольних уболівальників у широкому значенні, охоплюючи як звичайних уболівальників (любителів футболу), так і проактивних (фанатів/хуліганів).

Згідно з Великим тлумачним словником, уболівальник – це пристрасний любитель спортивних змагань [11, с. 1492]. У контексті футболу до цієї категорії можна зарахувати тих, хто у тому чи іншому прояві підтримує якусь команду/команди і найчастіше цікавиться футболом. Фанат же з давньогрецької перекладається як «сліпа віра», той, хто ототожнює себе з певним клубом, активно і постійно вболіває за нього, відданий його ідеалам та традиціям у будь-який момент існування. Різновидом активних фанатів є футбольні хулігани, що асоціюють себе з однією командою, але в

системі пріоритетів значно вище ставлять різні навколофутбольні речі та процеси, аніж сам футбол (сама гра їх мало цікавить).

Характерні ознаки диференціації футбольних фанів наведено в праці П. Марша «Футбольне насилля і хуліганські дії в Європі», за якою є «орієнтовані» на споживача» (тобто вболівальники), що обирають, які матчі хочуть відвідати; «орієнтовані на футбол», присутні на кожному поєдинку (фанати); «орієнтовані на пошуки пригод» (хулігани), шукають і беруть участь в активних діях, як на стадіоні, так і за його межами, незалежно від подій на полі [88].

Розрізнити представників цих категорій можна за поведінкою безпосередньо на стадіоні. Уболівальники обирають більш спокійне місце на трибунах, де можна комфортно переглянути футбол і не пропустити жодного моменту поєдинку. Їх кваліфікують як мирних фанів, «без проявів насилля». Фанати найчастіше одягнені в клубні кольори, атрибутику і «схильні до насильства». Хулігани ж можуть змінювати місця на трибунах, налаштовані на активні дії і є «найбільш жорстокими, особливо схильними до насильства» [23].

Уся ця різниця в підходах до футболу і до вболівання впливає безпосередньо на соціолект футбольних уболівальників. Так, у мові тих, хто регулярно стежить за перипетіями в світі футболу, дивиться матчі і долучається до обговорення тематичних новин (хоча й може не бути затятим фанатом якогось клубу і не часто ходити на стадіон), професійної лексики і різних футбольних жаргонізмів буде більше, ніж у фаната/хулігана, який зосереджений на підтримці своєї команди і не є активним учасником футбольного інфопростору.

Так само варто розрізняти фанів і на рівні субкультур. Адже футбольних уболівальників у широкому розумінні коректніше буде визначати як суспільну групу (людей, пов'язаних спільним інтересом до футболу), ніж одну велику субкультуру. А вже всередині цієї групи можна говорити про функціонування різних фан-рухів за типами вболівання.

Найвідомішим з них в українському та світовому футболі є ультрас – організований рух відданих певній команді футбольних фанатів, відомий регулярною і всебічною активною підтримкою рідного клубу під час матчів, проведенням різних акцій та порушенням нагальних проблем як команди, так і суспільства. Такі угруповання зазвичай сповідують певну ідеологію, тісно пов'язані з націоналізмом і патріотизмом і беруть участь у суспільно-політичному житті країни. Проте досі дискусійним залишаються питання щодо походження цього руху.

За однією з найпопулярніших версій, першими угрупованнями ультрас (у сучасному розумінні) стали міланські *Commandos Tigre* (1966) та *Fossa del Leoni* (1968) [76]. За іншою поширеною думкою, зачинателями фан-руху є фанати хорватського «Хайдука» (*Torcida Split*), які ще в 1950-их роках ХХ століття стоячи підтримували команду на трибунах, використовуючи піротехнічні засоби [39]. Також на статус першопрохідців претендують ультрас угорського «Ференцвароша» (1928), як ті, хто зайняв окремий сектор на стадіоні, та деякі фанатичні торсиди в Бразилії (від 1939 року) [41].

На території України рух ультрас зародився в 80-их роках ХХ століття. Найактивнішими його представниками тоді стали фанати київського «Динамо», які відстоювали честь клубу в сутичках з фанами московського «Спартака».

На рівні з ультрас у середині 50-их років ХХ століття стрімко розвивається і рух хуліганів. Хулігани – радикально налаштовані угруповання фанатів, головним заняттям яких є участь у бійках (або, як прийнято говорити в субкультурі, «махачах») з представниками інших груп. Саме так вони демонструють відданість клубу. Для них навколофутбольні процеси пріоритетніші за футбольні, тому нерідко матч рідної команди для них є лише приводом для чергового махачу. У цьому полягає різниця між хуліганами та ультрасами. Останні насамперед заряджені на підтримку команди під час гри. Колективи хуліганів у субкультурі називаються «фірмами». Найдавнішою з таких вважають групу фанатів лондонського

«Міллуолла», суперництву яких з іншими столичним клубом («Вест Гемом») навіть присвячено цілу кінокартину «Хулігани Зеленої вулиці» [54].

Однією з перших знакових подій для українського фан-руху називають масову бійку фанатів київського «Динамо» та московського «Спартака» 1987 року на вокзалі в Києві, де зібралося приблизно 300 представників російської команди і понад 500 динамівських фанів [9].

На відміну від ультрас та хуліганів, звичайні (мирні) уболівальники, які складають основну частину фанів професійних клубів, найчастіше не організовані в якісь групи. Винятком є офіційні фан-клуби команд. Проте такі об'єднання шанувальників є більше формальністю, оскільки їх учасники найчастіше ніяк не пов'язані між собою, окрім заочного членства.

Тих звичайних уболівальників, які приходять на стадіон, як в умовне кіно (лише, щоб спокійно переглянути дійство і під нього поїсти/попити/розважити себе), не долучаючись до безпосередньої (вербальної) підтримки команди, активні фанати називають «кузьмою/кузьмичами». У праці «Мовна картина світу футбольних фанатів» Ірина Процик зазначає, що серед «кузьми» у фанатській спільноті виділяють скарферів (фани, що приходять на стадіон з шарфами), дудариків (ті, хто бере і використовує дудки), мовчунів та тихарів (хто спокійно мовчки дивиться футбол) [44].

Усі згадані представники фанської спільноти послуговуються специфічним соціолектом, який є динамічним мовним явищем, що охоплює лексичні одиниці різного значення й походження.

1.3. Структура соціолекту футбольних уболівальників

Як вже було зазначено раніше, соціолект – мова певної соціальної групи. В основі мовної системи соціолекту футбольних уболівальників лежить мова спеціального призначення (професійна) та загальновживана лексика. Поняття «мова спеціального призначення» або «LSP» (Language for Specific Purposes) вітчизняне мовознавство запозичило з англійської мови, у

якій воно виникло на позначення мови професійних спільнот. З часом цей термін поступово розширив значення і в сучасній лінгвістиці його розглядають як функційний різновид, підсистему національних мов, яким послуговуються в різних спеціальних сферах суспільних відносин: науці, виробництві, управлінні, міжнародних відносинах, масових комунікаціях, спорті та інших [40, с. 120].

Український дослідник «фахової мови» Т. Кияк детермінує це поняття як сукупність усіх мовних засобів, уживаних в обмеженій професійною ділянкою сфері комунікації для забезпечення взаєморозуміння між людьми, які працюють у цій галузі [20, с. 3-5]. Водночас він наголошує, що функціонування фахової мови забезпечує докладно визначена термінологія. Власне термін і є основною одиницею мови спеціального призначення, констатує в праці про аналіз LSP Л. В. Півнюва [40, с. 123]. Вона, як і інші дослідники, зокрема С. О. Массіна, Т.В. Михайлова, серед складових фахової мови також виокремлюють номенклатуру, професіоналізми та жаргонізми [35; 37]. Детальнішу класифікацію спеціальної лексики здійснює Т. Р. Кияк, поділяючи її на терміни галузі з власною дефініцією, міжгалузеві термінологічні одиниці, напівтерміни/професіоналізми, професійні жаргонізми та загальноживану лексику [19, с. 19].

Проблеми класифікації спеціалізованої лексики порушено в праці О. І. Павлової, де подано диференціацію термінів на прототерміни, передтерміни, терміноїди та псевдотерміни, а також проілюстровано різницю між термінологією, професіоналізмами та номенклатурними знаками [38, с. 50-52].

Аналізуючи футбольну лексику як основу мови спеціального призначення (у нашому випадку футбольних уболівальників), ми послуговуватимемося одиницями трьох основних її класів: термінами, номенклатурою та професійними жаргонізмами.

Серед дослідників футбольної лексики схожого підходу до її класифікації дотримується Ю. Б. Струганець, який виділяє:

- 1) терміни футбольної галузі;
- 2) екстрагалузові термінологічні одиниці;
- 3) термінологізовані загальноновживані одиниці;
- 4) номенклатура;
- 5) професійний жаргон, професіоналізми [62, с. 30-31].

В інших вагомих працях з обраної тематики науковці здійснюють загальну класифікацію футбольної лексики з різних боків. Так, дисертація І. Р. Процик присвячена аналізу футбольної лексики в формальному і неформальному дискурсах у діяхронічному аспекті [46]. В іншій академічній роботі О. В. Лавриненко розглядає цей об'єкт дослідження у жанрово-комунікативному аспекті. Він диференціює систему футбольної комунікації за типом мовної форми (письмові, усні, електронні жанри) і за сферою комунікації (публіцистичні, професійні, уболівальницькі) [29]. Водночас в обох працях наведено варіанти тематичної класифікації футбольної лексики.

І. Р. Процик у своїх дослідженнях у межах тематичної класифікації виокремлює такі групи: 1) назви футбольної гри; 2) назви футбольних клубів та об'єднань футбольних команд; 3) назви гравців; 4) назви дій футболістів на полі; 5) назви ігрових моментів; 6) назви ударів по м'ячу; 7) назви турніру з футболу, футбольного поєдинку та його частин; 8) назви футбольного поля, його частин і розмітки; 9) назви футбольного спорядження та інвентарю; 10) назви суддів й інших осіб, причетних до провадження футбольного матчу; 11) назви вболівальників і вболівальницької підтримки; 12) назви підсумкових результатів матчів і здобутих очок; 13) назви різновидів футбольного тренувального процесу [46, с. 83].

Заразом І. Р. Процик подає перші спроби формування і систематизації української футбольної лексики, згадуючи дослідників-першопрохідців у цій сфері: Володимира Лаврівського і його посібник «Копана (Association Football)» (1900) та Івана Боберського і підручник «Копаний м'яч» (1906) [24; 6]. Їхні праці стали основою для наступних розвідок футбольної тематики.

Власне Боберського і називають творцем української спортивної термінології. У його підручнику «Копаний м'яч» виділено таку футбольну лексику: назви футбольної гри (*футбаль, гра Association Football, копаний м'яч*), назви гравців у футбол та інших осіб, причетних до футболу (*гравець, копун – футболіст; заводовець – професіональний футболіст; воротар; нападач, чільник – нападник; заложенник – захисник; помічник, середовик, осередник – півзахисник; дробун – дриблер; судия – суддя; підсудний – боковий суддя; сусід – одноклубник; видець – глядач*), назви об'єднань футболістів (*дружина – команда, клуб*), назви матчу (*змагання, грайка – матч*), назви футбольного поля і його частин (*грище – футбольне поле; побочина – бічна лінія; приворотє – штрафний майданчик; гряда – воротарський майданчик; крило – фланг; роги, кути грища – кути поля; займа – одинадцятиметрова позначка*), назви футбольного інвентарю (*м'яч; ворота; бальок, жердка, горішний одвірок – каркас воріт, стійка, поперечина; хоружовка – прапорець; сорочка – футболка; короткі штани – шорти; доколінні панчохи – гетри*), назви футбольних дій (*копати – бити; гнати, дробити м'яч – вести м'яч, дриблінгувати; пустити, стратити м'яч – втратити м'яч; відмітувати – відбивати руками; переняти – перехопити; віддрулити – відштовхнути; обминутити – обійти суперника*), назви ігрових моментів (*подаванє – подача; уставка – позиції гравців на полі; відсторонь – поза грою; провина, промах проти правил – порушення правил; кара – покарання; «дома/на дворі» - м'яч у грі/за межами поля*), назви ударів (*карний коп, копняк – штрафний удар; удар підбитєм – удар підйомом, зап'ятком – п'ятою; закон/перший коп – розіграш м'яча з центру поля; грядак – удар від воріт; займак – пенальті*), назви турнірів, результатів, трофеїв (*першєньство – першість, чемпіонат, побіда – перемога, чаша – кубок*) [46; 6].

Однак попри весь неоціненний внесок Івана Боберського в становлення і розвиток української футбольної терміносистеми, статус першого посібника з футболу належить праця «Копана (Association Football)» Володимира

Лаврівського. Це перший перекладом футбольних правил українською мовою з чеського підручника Осипа Кленки. Серед особливих номінацій цієї праці, які вже були відсутні в «Копаному м'ячі» І. Боберського, можна відзначити назви м'яча – бальон, пивка, опука, воріт – брамка, ролей на полі: брамкар (воротар), бак (захисник), halfbak (півзахисник), forward, черговий (нападник). Як бачимо, більшість з цих слів є іншомовними запозиченнями, чого Іван Боберський намагався уникати, підбираючи українські відповідники.

Говорячи про футбольний дискурс пострадянського періоду, І. Р. Процик відзначає стрімкий розвиток футбольної термінології, розширення системи футбольних понять і наголошує на необхідності збільшення наповнюваності старих тематичних груп і створенні нових. До вже наявних вищезгаданих категорій дослідниця додає та реформує такі підгрупи: «Трансферна діяльність футбольних клубів і футбольне спонсорство» (*трансфер, контракт, оренда, менеджмент, акції, футбольний агент, трансферний ринок/вікно/бан*), «Інформаційна підтримка та реклама у футболі» (*трансляції, афіши, атрибутика, пресконференція, пресслужба, футбольна реклама*), «Забезпечення формальних аспектів функціонування клубів» (*ліцензування клубу/стадіону, тренерська ліцензія, адміністратор клубу, стюард, технічний директор*), «Довколафутбольна комерційна діяльність» (*букмекерська контора, ставки, тоталізатор*), «Медичне забезпечення і реабілітація футболістів» (*допінг, допінг-тест, заборонені препарати*), «Найменування технічного забезпечення в футболі» (*відеоповтори, електронне табло арбітра, система VAR, фіксування гола за допомогою чіпа*), «Назви футбольних інституцій, турнірів, їхніх атрибутів» (*Федерація футболу України, Контрольно-дисциплінарний комітет, Українська прем'єр-ліга*), «Тактика і техніка гри в футбол, позиції гравців на полі та їхні функційні зв'язки» (*дубль W, бразильська схема 4-2-4, катеначо, тотальний футбол, ромб, тікі-така*) [46, с. 195].

Серед футбольних жаргонізмів І. Р. Процик виокремлює такі тематичні групи: назви дій та процесів (*бетонувати ворота, зробити воротаря, кібіцувати, кіксувати, шварцуватися на матч*), назви осіб (*зіркун, кібіц, король стрільців, косинер, партач*), назви результату дії та опредметненої дії (*баняк, дати баняка, грати на бику, віконце, гачок, віконце, пех, кікс*), футбольні жаргонні фразеологізми та вболівальницькі вигуки (*самовбивчі ворота, безпечний напад, чистий мяч, бетонний заложник, «Україна, пів тузіна!», «Україна, темпо-о-о!»*) [46, с. 225-255]. Крім жаргонізмів, у рамках неформального футбольного дискурсу дослідниця розглядає соціолект футбольних фанатів, куди зараховує прізвиська футбольних клубів в опозиції «свій – чужий» і фанатський сленг.

Останній розділ наукової роботи І. Р. Процик присвячений футбольній ономастиці, яка представлена найменуваннями футбольних команд і прізвиська футболістів від початку ХХ століття до сьогодення. Серед номінацій клубів дослідниця виділяє відонімні (топоніми, гідроніми, ороніми, антропоніми, ергоніми, міфоніми, назви радянської епохи) відапелятивні (назви людей за професією, видом діяльності, сферою занять, природних явищ, астрономічних об'єктів, абстрактних понять, назв тварин і рослин, природних зон, національних і державних символів, назв радянської традиції найменування) та мотивовані кількома лексичними одиницями (онімами й апелятивами) [46, с. 360-405].

Одним з тих, хто класифікував футбольну лексику саме в контексті мови вболівальників, був О. В. Лавриненко. У роботі, присвяченій жаргону футбольних уболівальників, він здійснив диференціацію на основі одних і з перших типологій футбольної термінології пострадянського періоду І. Г. Кожевнікової та О. С. Рилова [22; 53]. Рубрикація І. Г. Кожевнікової фокусується винятково на ігровому аспекті лексики футболу, складаючись з 7 тематичних груп: 1) техніка польового гравця; 2) техніка воротаря; 3) тактика нападу; 4) тактика захисту; 5) види тактичних схем; 6) функції гравців у команді; 7) допоміжне обладнання. Тоді як О. С. Рилов розширює

межі суто ігрової системи, виділяючи 10 великих тематичних груп і більше 50 підгруп: 1) позначення діячів, учасників гри; 2) назви футбольних об'єднань; 3) назви способів і засобів ведення гри; 4) позначення видів і частин змагань та способів проведення турнірів; 5) суддівські терміни контролю змагань; 6) терміни на позначення спортивних об'єктів; 7) найменування зон і меж ведення гри; 8) назви досягнень чи невдач команд, футболістів; 9) назви способів і результатів підготовки гравців до змагань; 10) позначення любителів футболу. Класифікація жаргонної лексики футбольних уболівальників О. В. Лавриненка поділена на два великі тематичні розділи, у першому з яких упорядковано неономастичний жаргонний корпус одиниць, а в другому подано жаргонну футбольну ономастику [29, с. 71].

Першу категорію формують «Найменування ігрових реалій» (основою чого стали вищеназвані диференціації – техніка польового гравця, воротаря, тактика нападу, тактика захисту, якісні характеристики гравця, позиції гравців на полі, види тактичних схем) та «Номінації в сфері футбольних турнірів» (офіційні/неофіційні турніри, турніри клубів/збірних команд, турнірні стадії та етапи, таблиці, товариські матчі) . У розділі «Футбольна ономастика» зібрано неофіційні назви футбольних команд, організацій, стадіонів, прізвиська футболістів та інших суб'єктів футболу [29].

Особливою структурованістю корпусу футбольної лексики вирізняється класифікація Ю. Б. Струганця. Усю футбольну термінологію дослідник диференціює на 4 тематичні групи: «Організація гри», «Забезпечення гри», «Учасники гри» та «Процес гри», кожна з яких має кілька лексико-семантичних груп. В «Організацію гри» входять «Тренування», «Маркетинг і менеджмент», «Інформаційний супровід», «Медичне обслуговування», «Діяльність офіційних футбольних організацій», «Трофеї та церемонії»; «Забезпечення гри» охоплює «Інфраструктура стадіону», «Ігрова форма», «Засоби для гри»; до «Учасників гри» належать «Футболісти», «Команди», «Судді»; а складовими «Процесу

гри» є «Правила гри», «Тактика», «Прийоми з м'ячем», «Дії під час гри» [62, с. 97-113].

Варто зазначити, що за рівнем спеціалізації Ю. Б. Струганець окремо поділяє терміни на загальноспортивні, міжгалузеві спортивні, власне футбольні та екстрагалузеві термінологічні одиниці.

У класі «Номенклатура» дослідник розрізняє назви футбольних клубів за моделями творення (ойконіми, гідроніми, ороніми, хороніми, ергоніми, абстрактні поняття, професійна діяльність) та назв гравців за належністю до певної команди (за моделями творення, від назви ФК та від назви міста походження клубу).

Останнім сегментом в типології науковця є професіоналізми та професійний жаргон. Ю. Б. Струганець розмежовує ці два поняття. Професіоналізми він визначає як неофіційні загальноприйняті фахівцями певної сфери розмовні спеціальні слова/словосполучення, а професійний жаргон детермінує образно-експресивними словами/висловами, що мають нейтральні відповідники і функціонують в мові представників певної професії/соціально-професійної спільноти зі спільними інтересами. У межах професійних жаргонізмів Ю. Б. Струганець аналізує прізвиська футболістів за лексико-семантичними моделями творення (від кольору футбольної форми, клубного герба, місця ознак розташування клубу), а також назви гравців за віковою характеристикою, діями на полі, професійною майстерністю; назви інвентарю для гри; дії гравців на полі; елементи інфраструктури стадіону; ранги футбольних ліг; антропонімні жаргони [62, с. 54-76].

Проаналізувавши вищенаведені класифікації, можна стверджувати, що таксономія номінативних одиниць футбольної лексики є дуже розгалуженою, що збільшує варіативність в упорядкуванні всього корпусу. Оптимальною визначаємо модель з поділом усієї футбольної лексики на три основні таксономічні класи: терміни, номенклатуру та професійний жаргон. Водночас у рамках нашого дослідження вважаємо за потрібне дещо

модифікувати наявні рубрикації і створити власну тематичну класифікацію для соціолекту футбольних уболівальників.

Враховуючи попередній досвід дослідників і їхніх варіанти систематизації футбольної лексики, головними завданнями під час розробки класифікації і нового корпусу визначили:

1) дотримання балансу в кількості тематичних категорій (уникнути зайвого нагромадження та подрібнення груп і підгруп, об'єднавши незначні й залишивши основні категорії);

2) дотримання принципу класифікаційної чистоти (мінімізувати перетинання термінів між категоріями і термінологічній плутанині);

3) максимальна релевантність номінацій до нинішніх реалій (кожен термін/номен/жаргонізм має відповідати актуальному значенню);

4) урахування особливостей усіх уболівальників, як звичайних любителів футболу, так і фанатів (активних фанів), відповідно якнайширше охоплення усієї царини футболу і детальна типологія кожного класу.

Так, у категорії «Терміни» виділяємо три тематичні групи: «Суб'єкти футболу», «Ігровий процес» та «Позаігрові поняття».

«Суб'єктами футболу» є всі особи, які формують велику футбольну спільноту і вже понад півтора століття різною мірою впливають на цей вид спорту. Центральними суб'єктами футболу є «Футболісти», які мають багато різних характеристик, тому складають окрему однойменну підгрупу. Усі інші особи відносно футболістів перебувають на периферії і належать до однієї підгрупи «Другорядні суб'єкти футболу». Третьою підгрупою в цій категорії є «Команди і їхні складові», присвячена основній множинній одиниці найпопулярнішого командного виду спорту.

Суб'єкти футболу

Футболісти: *гравець, футболіст, нападник (центральный, фланговый, лівий, правий), форвард, бомбардир, голеадор, вінгер, півзахисник (центральный, крайній, лівий, правий, опорний), хавбек, плеймейкер, захисник*

(центральный, фланговий, лівий, правий), латераль, вінгбек, центрбек, воротар, голкіпер, легіонер, капітан.

Другорядні суб'єкти футболу: суддя, арбітр (головний, боковий, на лінії, четвертий, додатковий, резервний, VAR), рефері, лайнсмен, тренер (головний, воротарів, з фізпідготовки), асистент, болбой, уболівальник, фанат, фан, ультрас.

Команди і їхні складові: склад (основний, стартовий), запас, чемпіон, переможець, віцечемпіон, фіналіст, аутсайдер, лідер, дубль, молодіжна, резервна команди, господар, гість.

Оскільки футбол – це насамперед гра, то іншою ключовою категорією футбольної лексики є «Ігровий процес». Цю групу розділяємо на безпосередньо «Ігрові дії», що є серцевиною та сутністю футболу, «Футбольний інвентар та забезпечення» – необхідні та допоміжні предмети для процесу гри, а також «Складові матчу» – елементи футбольного поєдинку як центрального дійства футболу.

Ігровий процес

Ігрові дії: удар (ногою, головою, шведою, штрафний, кутовий, вільний, через себе, ножицями, скорпіоном, рабоною), пас, передача, навіс, гол, дубль, хет-трик, покер, пента-трик, автогол, сейв, пенальті, підкат, відбір, підбір, перехоплення, фол, боротьба, стрибок, фінт, аут, введення м'яча, пресинг, офсайд, положення поза грою, вилучення, попередження, травма, заміна, розминка, атака, захист, контратака, забити, пропустити, виграти, програти.

Футбольний інвентар/забезпечення: м'яч, форма, футболка, шорти, гетри, щитки, бутси, шипи, ворота, стійка, поперечина, сітка, рукавиці, свисток, картка (жовта, червона), прапорець, стадіон, поле/газон/покриття (штучне, натуральне), розмітка, спрей, табло, трибуни, роздягальня.

Складові матчу: *тайм (перший, другий, екстратайм), перерва, пауза, перемога, поразка, нічия, стартовий/на перерву/стартовий свисток, тактика.*

Усе інше, що виходить за межі процесу гри і є супроводом/атрибутами футболу в вузькому його розумінні, зараховуємо до категорії «Позаігрові поняття». Футбол уже давно вийшов за рамки суто спортивної гри, і більшість сприймає його як цілу систему, комплекс різних складових від самої гри до бізнес-продукту, великої індустрії, яка є зменшеною моделлю усього всесвіту.

У цьому контексті дуже велика роль відведена номінаціям та типології складових футболу. Важливим видається не лише розрізнення футболістів та дій ігрового процесу, а й атрибутивних складників. Тому в межах розділу «Позаігрові поняття» виділяємо підгрупи: «Типи змагань», «Організаційна складова та позафутбольна діяльність» та «Фанатські атрибути», оскільки в конкретній розвідці ми розглядаємо соціолект футбольних уболівальників.

Позаігрові поняття

Типи змагань: *сезон, матч/гра/поєдинок/(офіційний, неофіційний, товариський, контрольний, договірний, фінальний, золотий, кубковий, на виїзд, стиковий, домашній, виїзний), дербі, турнір, чемпіонат, ліга, дивізіон, єврокубок, внутрішня першість, кубок, раунд, кваліфікація, стадія 1/8 фіналу, чвертьфінал, півфінал, фінал, плей-оф, тур, груповий етап, швейцарська система.*

Організаційна складова та позафутбольна діяльність: *президент, адміністратор, директор (спортивний, генеральний), персонал, лікар, фізіотерапевт, масажист, реабілітолог, делегат, інспектор, коментатор, медіа, журналіст, оператор, трансляція, фотограф, прес-аташе, стюард, агент, контракт, зарплати, премії, трансфер, бонуси, оренда, право викупу, ліцензія, спонсори, акціонери, апеляція, церемонія, жеребкування.*

«Фанатські атрибути»: *банер, флаєр, піротехніка, пірошоу, шалик, петарда, сектор, візуал, модульне шоу, гасло, кричалка, заряд, бійка.*

Другим великим розділом корпусу футбольної лексики є «Номенклатура», що складається з власних назв усього футбольного сегменту. У попередніх розвідках цьому аспекту приділено недостатньо уваги. Переважно дослідники аналізували назви і прізвиська футбольних клубів та гравців, залишаючи поза увагою широкий пласт номінацій інших суб'єктів футболу, змагань, організацій, стадіонів, протистоянь, фанатських угруповань.

В еру глобалізації та діджиталізації, коли більшість членів великої футбольної спільноти мають доступ до будь-якої інформації, ресурсів та можливість якнайкраще слідкувати і вивчати спортивну сферу, загальний рівень професійної обізнаності вболівальників значно зріс, а разом і побутування різних номінативів у футбольній комунікації. Недаремно у вболівальницькому середовищі побутує думка, що «Люди ходять/дивляться на імена». Під час вибору щодо перегляду якось футбольного поєдинку або походу на якийсь матч більшість середньостатистичних любителів футболу зважають на рівень та іменитість команд, гравців, турнірів, віддаючи перевагу сильнішим, відомішим та статуснішим. Тож нижче подаємо основні групи номінацій з головними рубрикаціями:

Номенклатура

Назви команд за моделями творення:

від топонімів: *«Ліверпуль», «Манчестер Юнайтед», «Манчестер Сіті», «Барселона», «Мілан», «Маріуполь», «Львів», «Олександрія»;*

від гідронімів: *«Дніпро» (Дніпро), «Ворскла» (Полтава), «Десна» (Чернігів), «Інгулець» (Петрове), «Вісла» (Краків);*

від ергонімів; *«Динамо» (Київ), «Арсенал» (Лондон), «Ред Булл Зальцбург», «Ред Булл Брагантіно», «Оболонь» (Київ);*

від назв професій/роду/сфери діяльності: *«Шахтар» (Донецьк), «Металіст» (Харків), «Металург» (Запоріжжя), «Металург» (Донецьк), «Нафтовик» (Охтирка), «Гірник» (Кривий Ріг);*

від міфонімів: *«Аталанта» (Бергамо), «Олімпіакос» (Пірей), «Геліос» (Харків), «Аріс» (Салоніки), «Аполлон» (Лімасол);*

від оронімів: *«Карпати» (Львів), «Говерла» (Ужгород), «Еверест» (Гуаякіль), «Урал» (Ла-Корунья);*

від спортивних термінів: *«Атлетико» (Мадрид), «Атлетик» (Більбао), «Депортиво» (Ла-Корунья), «Віган Атлетик» (Віган), «Гірник-Спорт Горішні Плавні;*

від астрономічних об'єктів: *«Зоря» (Луганськ), «Зірка» (Кропивницький), «Црвена Звезда» (Белград), «Ред Стар» (Париж);*

від титулів: *«Реал» (Мадрид), «Реал Бетіс» (Севілья), «Реал Сосьєдад» Сан-Себастьян;*

аббревіація: *«ПСЖ (Париж), «ПСВ» (Ейндховен), «ЦСКА» (Софія), «СПАЛ» (Феррара), «АІК» (Стокгольм), «АЕК» (Афіни), «ПАОК» (Салоніки);*

національні команди за назвами країн: *Україна, Франція, Англія, Бразилія, Аргентина, Німеччина, Польща.*

Назви суб'єктів футболу:

футболісти: *Ярмоленко, Зінченко, Мудрик, Циганков, Мбаппе, Роналду, Мессі, Голанд;*

тренери: *Лобановський, Луческу, Анчелотті, Клопп, Гвардіола, Фергюсон;*

арбітри: *Монзуль, Лаос, Тюрпен, Колліна, Орсато, Олівер;*

президенти клубів: *Суркіс, Ахметов, Ярославський, Коломойський, Перес;*

функціонери: *Павелко, Красніков, Чеферін, Інфантино, Платіні;*

агенти: *Шаблій, Панков, Мендеш, Райола;*

журналісти/коментатори: *Циганик, Бебех, Вацко, Пейчев, Скічко.*

ультрас: *Сергій «Чилі» Величко («Металіст»), Родіон «Радік» Кудряшов «Дніпро», Андрій «Коря» Коренівський («Динамо»), Тарас «Гладік» Павлів («Карпати»), Олексій «Декстер» («Динамо»).*

Назви змагань:

Клубні: *Ліга чемпіонів, Ліга Європи, Ліга конференцій, Кона Лібертадорес, УПЛ (Українська прем'єр-ліга), АПЛ (Англійська прем'єр-ліга), Ла Ліга (чемпіонат Іспанії), Бундесліга (чемпіонат Німеччини), Ліга 1 (чемпіонат Франції), Серія А (чемпіонат Італії), Кубок України, Суперкубок УЄФА.*

Національні: *ЧС (чемпіонат світу), Євро (чемпіонат Європи), КАН (Кубок африканських націй), Кона Америка, Кубок конфедерацій.*

Назви організацій: *ФІФА (Міжнародна федерація футболу асоціацій), УЄФА (Спілка європейських футбольних асоціацій), УАФ (Українська асоціація футболу), КОНМЕБОЛ (Південноамериканська футбольна конфедерація), КОНКАКАФ (Конфедерація футболу країн Північної і Центральної Америки і зони Карибського моря), КАФ (Конфедерація футболу Африки), АФК (Азійська конфедерація футболу).*

Назви стадіонів: *НСК «Олімпійський», «Донбас Арена», ОСК «Металіст», «Дніпро-Арена», «Арена Львів», «Енфілд», «Вемблі», «Камп Ноу», «Сантьяго Бернабеу», «Маракана».*

Назви протистоянь: *Класичне, Ель Класико, Дер Класікер, Ле Класік, Дербі Мадріленьйо, Дербі де ла Капітале, Дербі де ла Мадоліна, Рурське дербі, дербі Старої фірми.*

Назви фанатських угруповань: *WBC Kyiv, Albatross, Young Hope, Cult, Родичі, Dnipro Barracudas, Ultras Dnipro, Kharkiv City Patriots, United Kharkiv, Завжди вірні, Banderstadt Ultras, Za Boys, Сегедка.*

Головною особливістю соціолекту футбольних уболівальників можна назвати жаргонізми. Оскільки комунікація уболівальників належить переважно до неформального дискурсу, то їхнє мовлення багате на образно-експресивні слова та вислови, які значно урізноманітнюють футбольну лексику. Жаргонізми фанів мають достатньо підстав, аби бути зарахованими до категорії професійних (спеціалізованих) жаргонізмів за рядом ознак, наведених у праці Л. О. Ставицької [59]. Зокрема, футбольні жаргонізми:

- 1) відбивають професійну спеціалізацію носіїв мови;

- 2) мають нейтральні терміни-відповідники;
- 3) поєднують комунікативні ознаки стилю і соціальні риси групового жаргону;
- 4) є незрозумілими за межами конкретного середовища.

Крім цього, вони відповідають характеристиці Н. В. Третьяк і можуть бути «одночасно номінативною одиницею, експресею і соціальним й стилістичним маркером» [68].

Усі жаргонізми футбольних уболівальників умовно можна поділити на дві великі групи – «Розмовні терміни», у якій упорядковані емоційно-забарвлені назви футбольних та навколофутбольних понять, та «Футбольні прізвиська», де зібрані прізвиська команд та суб'єктів футболу.

Розділ «Розмовні терміни» членуємо на чотири підгрупи, перша з яких «Назви дій і процесів». Сюди зараховуємо дієслівні поняття фразеологічного типу. Наприклад, «горіти» – програвати або перебувати в небезпечному становищі під пресингом суперника, «паркувати автобус» – перейти на дуже захисну тактику, де всі або більшість гравців тримають оборону, «сидіти на банці» – перебувати на заміні, «ловити метелика» – (зазвичай про воротаря) припускатися помилки і пропускати необов'язковий гол.

Назви дій і процесів: *горіти, возити, привозити, поплисти, злити, ловити метелика, роздягнути, відскочити, закрити, вийти на побачення (віч-на-віч), проїхати на велосипеді, паркувати автобус, вантажити, напхати, наколотити, сидіти на банці, пірнати, наїстися, підкурити, підобідати, розрізати, обрізатися, увімкнутися, тягнути час, йти ва-банк, маринувати, намалювати.*

Друга підгрупа, «Назви учасників гри», сформована з образних субстантивних понять, які вказують на властивості/ролі/технічні характеристики учасників гри: «дерево» – гравець з дуже поганою технікою, «джокер» – футболіст, який виходить на заміну і робить результативну дію/рятує команду, «собака» – дуже непоступливий гравець, який активно бореться і «вигризає» м'ячі, «дельфін» – футболіст, який навмисне пірнає,

імітуючи фол і намагаючись заробити пенальті/штрафний, «диспетчер» – ключовий півзахисник, через якого йде гра команди.

Назви учасників гри: *дерево, труп, джокер, злий геній, якір, біст, звір, хвилеріз, мотор, художник, диспетчер, плеймейкер, циркуль, таран, стовп, собака, дельфін, бокс-ту-бокс, дев'ятка, десятка, фізрук, ветеран.*

Підгрупа «Назви інших футбольних понять» так само охоплює образні субстантивні поняття, але вже опредметнені: «сухар» – матч команди (воротаря) без пропущених голів, «бетон» – надійний захист, «мертвий м'яч» – гол, запобігти якому не було шансів, «гірчичник» – жовта картка, «більярд» – ідеальний за точністю удар під стійку.

Назви інших футбольних понять: *сухар, бетон, камбек, ляп, дірка, банка, мертвий м'яч, більярд, у молоко/по горобцях, сухий лист, парашут, дев'ятка, веселка, торба, пожежа, свіча, похорони, фол останньої надії, червоне світло, гірчичник, позначка, залізобетонний, стінка, гол престижу, гол у роздягальню, на тоненького, на сигареті, на одній нозі, на каталці, група смерті, група життя, тікі-така, саррібол, петрабол.*

Четверта підкатегорія має назву «Навколофутбольні поняття» і містить жаргонізми футбольних фанатів: «пробивати виїзд» – вирушати на гостьовий матч команди, «заряджати» – скандувати; підтримувати команду кричалками/гаслами/зарядами, а в іншому значенні роботи ставку, «глор» – уболівальник, який підтримує команди, що перемагають і коли це модно, «роза» – фанатський шалик, «кузьма» – уболівальник, який прийшовши на стадіон, не долучається до активної підтримки команди.

Навколофутбольні поняття: *пробивати виїзд, заряджати, двіж, шмон, заряд, шиза, махач, забивон, роза, піро, фірма, глор, кузьма, мовчуни, тихарі, скарфери, хардкори, накрити, драм, стаф.*

Інший чималий пласт футбольних жаргонізмів становлять прізвиська представників футбольної спільноти, за якими можна ідентифікувати конкретних футболістів, тренерів, команди та фанатів. «Прізвиська команд» класифікуємо за трьома визначальними ознаками:

кольорами, символами та запропонованою І. Р. Процик опозицією «свій – чужий» [43; 47]. У фанатському середовищі завжди популярними були номінування команд-суперниць та їхніх уболівальників прізвиськами з негативними, неприємними конотаціями. Саме тому більшість клубів можна ідентифікувати по-різному, послуговуючись як власними позитивними неофіційними назвами, так і образливими.

Прізвиська команд

Кольороназви: біло-сині («Динамо» Київ), оранжево-чорні («Шахтар» Донецьк), синьо-біло-блакитні («Дніпро»), блаугранас (синьо-гранатові, «Барселона», бланкос (білі, «Реал» Мадрид), россонері (червоно-чорні, «Мілан»), нерадзуррі (чорно-сині, «Інтер» Мілан), альбіселесте (біло-блакитні, збірна Аргентини),

Символічні назви (прив'язка до символів/ талісманів/історії/географії клубу): гірники, шахта, кроти – «Шахтар» Донецьк, моряки – «Чорноморець» Одеса, дніпряни – «Дніпро», пивовари – «Оболонь», вовки – «Рома», «Вольфсбург», «Вулвергемптон», орли – «Бенфіка», «Бешикташ», «Лацио», фіалки – «Фіорентина», джмелі – «Боруссія» Дортмунд, пентакампеони – збірна Бразилії, ацтеки – збірна Мексики.

Свій – чужий: динамівці – менти, хохли («Динамо» Київ), леви – вівці («Карпати» Львів), криворіжці – криві («Кривбас» Кривий Ріг), козаки – бомжі, запори («Металург» Запоріжжя), маріупольці – орендуполь («Маріуполь»), каталонці – путалонці («Барселона»), мерсисайдці, скаузери – лузерпуль («Ліверпуль»).

До заключної категорії футбольної жаргонної ономастики під назвою «Прізвиська суб'єктів футболу» належать антропоніми. Неофіційні імена футболістів, тренерів та інших представників футбольної спільноти є особливо популярним і розвиненим сегментом соціолекту футбольних уболівальників. А також одним з найяскравішим їхніх стилістичних та соціальних маркерів.

«Прізвиська суб'єктів футболу» свідчать про рівень інтегрованості й обізнаності уболівальника в футбольній сфері, роблять його «своїм». Більшість моделей творення неофіційних антропонімів у власній праці детально описала і І. Р. Процик, що стало основою для нашої рубрикації [48].

Майже у всіх футболістів є від одного до кількох прізвиськ, які нерідко не поступаються офіційним номінаціям (іменам та прізвищам) за частотністю вживання у вболівальницькому середовищі. Дуже часто вживання антропонімів мотивоване принципом мовної економії. Особливо це стосується перегляду або участі в самому матчі, де необхідно якнайшвидше номінувати учасника гри. Тому цілком закономірно, що найпоширенішою моделлю творення прізвиськ є усічення: Ярмо/Ярмола – від Ярмоленко, Коно/Конопля – від Коноплянка, Поп – від Попов, Мико/Микола – від Миколенко, Маліна – від Маліновський, Ярема – Яремчук, Рон – від Роналду, Ней – від Неймар, Льова – Левандовський.

Іншою вагомою мотивацією для творення неофіційних антропонімів є внутрішні та зовнішні риси, які насамперед є асоціативними. Категорія перших прізвиськ присвоюється за якості на футбольному полі, так і за весь контекст поза ним: Імператор (Франческо Тотті, легенда римської «Роми», за неоціненний внесок в історії клубу), ТікТокер (Михайло Мудрик, спочатку став популярним завдяки відео в ТікТок), Голден Бой/Золотий хлопчик (Маріо Ґьотце, за «золотий гол» у фіналі чемпіонату світу-2014 і нагороду «Golden Boy»), Кручіні (Артем Мілевський, за стиль виконання ударів, закручуючи м'яч).

Достатньо поширені прізвиська за зовнішніми рисами: Орел (Віталій Миколенко, за ніс, схожий на клюв орла), Черепашка (Кіліан Мбаппе, за схожість з персонажами фільмів/мультфільмів «Черепашки-Ніндзя»), Шрек (Вейн Руні, за схожість з головним героєм мультфільму «Шрек»), Рудий (Віктор Циганков, за рудий колір волосся).

Іноді прізвиська утворюються внаслідок поєднання внутрішніх та зовнішніх рис: Український Голанд (Артем Довбик, за національність та

ігрову схожість з зірковим норвезьким нападником Ерлінгом Голандом), Український Мессі (Сергій Мякушко, за національність і схожу манеру гри з Ліонелем Мессі), Житомирська пантера (Адерінсола Есеола, за місцем народження та ігровими якостями, зокрема швидкістю).

Менш популярною моделлю творення неофіційних антропонімів є зменшено-пестливі форми імен (часто до молодих футболістів): Вітя/Вітюша (Віктор Циганков), Коля/Коленька (Микола Шапаренко), Назік (Назарій Русин) Бенья (Беньямін Вербич), Лесик (Олексій Михайличенко). Щодо тренерів та поважних футболістів часто вживаються патроніми: Миколайович (Юрій Вернидуб), Станіславович (Сергій Ребров), Володимирович (Артем Мілевський), Анатолійович (Олег Гусєв).

У письмових жанрах комунікації варто відзначити аббревіації, велика частина з яких вживається щодо іноземців, які мають службові слова в іменах і прізвищах: РВП – Робін ван Персі, КДБ – Кевін де Брюїне, ВВД – Вірджил ван Дейк, УГС – Уле Гуннар Сульшер, ОВБ – Олег Володимирович Блохін.

Висновки до першого розділу

Соціолект футбольних уболівальників – мова об'єднаних інтересом до футболу людей, яка має напіввідкритий характер, спеціальну спрямованість і побутує в порівняно великих групах носіїв мови. За типологією класифікацією, цей соціолект представляє категорію жаргонів. Його головними носіями є футбольні уболівальники, серед яких розрізняють звичайних фанів (любителів футболу) та футбольних фанатів (проактивних уболівальників).

Основу соціолекту складає мова спеціального призначення, а саме футбольна лексика, яка диференційована на три основні класи: терміни, номенклатура та професійні жаргонізми. Водночас кожен з цих розділів має групи, підгрупи та мікрогрупи.

На тематичному рівні в категорії «Терміни» виділяємо групи «Суб'єкти футболу», «Ігровий процес» та «Позаігрові поняття».

Розділ «Номенклатура» включає власні назви команд, окремих суб'єктів футболу, змагань, організацій, стадіонів, протистоянь та фанатських угруповань.

Категорію «Професійні жаргонізми» поділяємо на «Розмовні терміни» (упорядковані емоційно-забарвлені назви футбольних та навколофутбольних понять) та «Футбольні прізвиська» (неофіційні назви команд, антропоніми суб'єктів футболу).

РОЗДІЛ 2.

СОЦІОЛЕКТ ФУТБОЛЬНИХ УБОЛІВАЛЬНИКІВ НА ТЛІ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ЗМІН

2.1. Позалінгвальні чинники змін соціолекту футбольних уболівальників

З моменту зародження руху ультрас й донині образ футбольного фаната є дуже суперечливим. В Україні, як і у всьому світі, до проактивних фанів певна частина суспільства ставиться негативно, насторожено і навіть вороже, сприймаючи їх винятково як хуліганів, що заважають і створюють проблеми пересічним людям, як на стадіоні під час матчів, так і в повсякденному житті. Водночас багато хто поважає представників цієї спільноти за їхню принциповість, зятятість та відданість справі. Найпомітніша зміна рецепції протягом останніх десяти років сталася в Україні, де ультрас в очах мільйонів людей з дикунів і маргіналів перетворилися на справжніх героїв. Паралельно з цими трансформаціями певні зрушення відбувалися і в соціолекті футбольних уболівальників.

У «нульові» та на початку «десятих» років ХХІ століття, коли рух ультрас в Україні активно розвивався, і водночас серед фанатів вистачало футбольних хуліганів, які жили протистояннями з візаві з інших клубів та регулярно їздили не лише підтримати команду, а й побитися чи «знайти якісь інші пригоди», фанатський лексикон ряснів багатьма словами з навколофутбольного жаргону і загальноживаного сленгу. Зокрема характерними для того періоду були слова: *махач, шмон, забивон, банер, вписка, накрити, акаб/А.С.А.В* (англійська аббревіатура all cops are bastards), *шиза, шедвел, перф (перформанс)* та чимало інших.

Дуже слушно І. Р. Процик стрижневою для спільноти фанатів назвала опозицію «свій – чужий» [47]. Для фанатів кожної з команд максимально принципово було довести, що вони кращі за суперника, як на трибунах,

роблячи різні піротехнічні, візуальні чи звукові шоу, так і в махачах, здобувши перемогу в прямих зіткненнях.

«Ненависть була на найжорсткішому рівні», «Якби раніше про «Дніпро» почали щось питати, тут би від ненависті камеру заплювали, бо «Дніпро» – ненависть», «Люди на клаптику 10х10 могли просто розірвати один одного», – так про надпринципове протистояння з фанатами «Дніпра» згадували ультрас харківського «Металіста» у програмі «Хоробрі серця» на телеканалі «2+2» [102]. Дніпряни та харків'яни тривалий час були найзапеклішими ворогами на українських стадіонах та за їхніми межами.

Крім цього, напружені взаємини завжди мали ультрас київського «Динамо» з одеським «Чорноморцем» і тим самим «Металістом» через їхню дружбу з московським «Спартаксом». До союзників одеситів та харків'ян небезпідставно зараховували фанатів донецького «Шахтаря» та запорізького «Металурга», тоді як з іншого боку найміцнішою і найвідомішою коаліцією завжди була тріада «Динамо», «Дніпра» і львівських «Карпат». Тому раніше на матчах клубів з різних блоків повсякчасно можна було побачити і почути такі образливі вислови, як-от: «мк2» («Металіст» команда га*донів»), «пердь», «пердяне», «хохли», «менти», «жиди», «кроти», «харьки», «бомжі» та інші. Ці номінативи складали окремий пласт соціолекту футбольних уболівальників і яскраво ілюстрували тодішні міжусобні протистояння та опозицію «свій – чужий».

Але з-поміж усіх конфронтацій та розбіжностей на початку «десятих» років ХХІ століття знайшлися фактори та спільні проблеми, що об'єднали фанатів, зокрема, боротьба за справедливість, націоналістичні патріотичні погляди та спільний ворог.

Перший гучний випадок єдності всіх ультрас стався наприкінці 2012 року. Тоді, починаючи з жовтня 2012 року, по всій країні і навіть далеко за її межами почали проходити хвилі фанатських протестів проти суддівського вироку сім'ї Павліченків [79]. Сергія Павліченка, одного з представників ультрас «Динамо», було засуджено до 13 років позбавлення

волі, а його батька Дмитра до довічного ув'язнення. Їх звинуватили у вбивстві судді, який двома роками раніше виніс рішення про виселення з квартири сім'ї Павліченків та знесення їхньої прибудови в центрі Києва. Судове слідство було пронизане низкою неузгодженостей, були підстави вважати його неправомірним. Вирок спровокував активний громадський супротив і консолідацію фанатів, які на футбольних матчах і вулицях міст всієї України від Львова до Донецька демонстрували великі банери, малювали графіті та скандували «Свободу чесним! Свободу Павліченкам!».

Водночас ця справа спричинила певні зрушення у свідомості української громадськості і стала елементом підґрунтя для об'єднання всієї країни, Революції Гідності і повалення режиму Віктора Януковича. Влучно ці настрої передають рядки з пісні про справу Павліченків репера Ярмака: *«Судьба одной семьи – судьба целого государства» // «Если снова промолчим, тогда мы новости на завтра»* [103]. Зрештою фанати досягли свого. Унаслідок великого суспільного резонансу і насамперед тиску ультрас, 24 лютого 2014 року Верховна Рада України звільнила Дмитра та Сергія Павліченків, оголосивши їх політв'язнями.

Того ж місяця ультрас українських клубів Прем'єр-ліги, Першої та Другої ліг оголосили про безпрецедентне рішення – фанатське перемир'я. Основними передумовами такого рішення стали суспільно-політичні події в країні, насамперед Євромайдан, де ультрас відіграли головну роль у боротьбі з «тітушками» та «Беркутом». Як давні друзі, так і донедавна непримиренні суперники об'єдналися, почали допомагати один одному і формувати загони самооборони, щоб захищати активістів та цілі міста від нападів і провокацій антимайданівського проросійського характеру. Зокрема завдяки силам фанатському руху навесні 2014 року вдалося дати потужну відсіч і придушити сепаратизм у Харкові, Одесі та Дніпрі, не дозволивши там створити квазіутворення та поширити проросійські настрої.

Зокрема, так про цей досвід розповіли youtube-каналу «Бомбардир» колись затяті суперники дніпрянин «Син» і харків'янин «Чилі»:

«У 2014 році, коли я дуже «попав» на Майдані, першим, хто з двіжух в Україні набрав і одразу запропонував допомогу, була авторитетна людина з Харкова. Бо в нашому місті вперше підняли прапор Росії 1 березня, коли ще в Харкові не сильні гойдалки були. Він подзвонив і запропонував допомогу. Сказав, що двома автобусами готові приїхати допомогти. Як після таких слів можна його розцінювати як ворога? Потім ми приїхали сюди [у Харків], тут теж були російські марші. Один з таких ми розігнали. Це було останнє збирище цих...».

«Так, після тієї бійки, коли приїхали дніпряни, ми зібралися повним складом, і в Харкові була велика бійка, багато, як зараз кажуть «трьохсотих». Але після того проросійські не збиралися в Харкові, вони вже зі страхом ставилися до своїх зборищ» [93].

В офіційній заяві про перемир'я ультрас було зазначено: *«Зараз відносини між нами повинні будуватися за принципом того, що ми всі в першу чергу – Українці»; «На час перемир'я зокрема забороняється завдавати будь-яких образ супернику»; «На першому місці повинні бути взаєморозуміння, довіра та взаємовиручка»; «Ми вважаємо, що продовжувати будь-які конфронтації у фанатському середовищі в даний момент – злочин проти світлого майбутнього України» [71].* Фанати поставили національні ідеї вище будь-яких особистих інтересів, внутрішніх чвар та з'ясування стосунків, а замість опозиції «свій – чужий» головним у спільноті ультрас з того часу й донині є правило *«Від Луганська до Карпат фанат фанату – друг і брат».*

І попри стрімкий стрибок рівня чемпіонату України на початку «десятих», інтерес фанатів до футбольних та навколофутбольних баталій зменшувався, а в соціолекті стало більше загальноновживаної лексики з суспільно-політичної сфери: *свобода, воля, гідність, честь, революція, протест, суд, держава, народ, країна, єднання, Майдан.* Зміни торкнулися і фанатського «репертуару» на стадіонах, де все частіше лунали патріотичні гасла *«Слава Україні!» – «Героям слава!», «Слава нації! – Смерть ворогам!»,*

«Україна! – Понад усе», «Єдина, вільна, соборна Україна!», а заряди і кричалки, спрямовані проти команд-суперниць, поступалися місцем вигукам і пісням проти ворогів України: «Путін х*йло» (яку вперше заспівали фанати «Металіста» та «Шахтаря» на спільному марші в Харкові), «Хто не скаче, той москаль», трохи раніше «Спасибо жителям Донбасса за президента пи*араса», а також спільному виконанню національного гімну.

Наступною сторінкою у взаєминах фанів стала російсько-українська війна, яка почалася 20 лютого 2014 року зі збройним вторгненням Російської Федерації в Крим. Спільний ворог, до якого більшість фанатів завжди ставилися ненависно і в СРСР, і після його розпаду (росіян у вересні 1998-го перед грою Україна – Росія (3:2) зустрічали викриками «Смерть москалям! Бий москаля!», а в 2008-му перед розгромом динамівцями московського «Спартака» (4:1) красномовним банером «Столиця Київської Русі вітає гостей з провінції»), став найвагомішим і остаточним фактором об'єднання всіх сил уболівальників і українців загалом заради головної мети – єдиної, вільної та незалежної України.

Загартовані навколофутбольним рухом фізично і насамперед ментально, ультрас були одними з перших, хто став на захист України і поїхав воювати на Донбас. Саме футбольні фанати різних українських клубів навесні 2014 року склали кістяк полку «Азов» (елітного військового формування України), активно долучалися до інших батальйонів, а пізніше створювали свої. За кілька місяців найзатятіші суперники (як насамперед дніпряни і харків'яни) не просто припинили внутрішні міжусобиці, а й стали побратимами, які пліч-о-пліч воюють і жертвують життям заради України. Так було з перших спільних операцій, зокрема під час штурму Мар'їнки 4 серпня 2014 року, коли ультрас «Дніпра» йшли попереду і розвідували ситуацію, а ультрас «Металіста» їх прикривали і завдавали удару по ворогу. Про це представники харків'ян і дніпрян розповіли в фільмі «Хоробрі серця» [102].

Уже дев'ять років футбольні ультрас захищають Україну. З початком повномасштабної війни з'явилося ще більше фанатських військових формувань, а дехто вже назавжди вписав ім'я в історію України. Зокрема командиром найбоєздатнішого підрозділу світу, яким «Jane's Defence Weekly» визнало «Азов», є представник «Albatross» (фанатської фірми київського «Динамо») Денис «Редіс» Прокопенко. Саме він керував обороною Маріуполя та «Азовсталі». Водночас командувачем одного з елітних спецпідрозділів «Kraken», який проводив спецоперації на Харківщині, є ультрас харківського «Металіста» Сергій «Чилі» Величко. Окремим 98-им батальйоном, сформованим переважно з фанатів дніпровського «Дніпра», керує Родіон «Радік» Кудряшов, який ще в 2014 брав участь у розробці та проведенні розвідувальних операцій на Донбасі. Раніше вони приходили на стадіон підтримати футболістів, які були кумирами тисяч уболівальників. Тепер уже самі воїни з трибун стали героями нашого часу.

Цілком логічно, що в фанатському соціолекті збільшилася кількість слів військової сфери: *війна, воїни, вогонь, фронт, бій, ворог, град, зброя, артилерія, техніка, удар, полк, штурм, операція, окупація, герой*. Крім участі в бойових діях, ще до повномасштабної війни фанати проводили акції, присвячені кримінальним справам різних активістів, зокрема Катерині Гандзюк (банери на багатьох стадіонах «Хто замовив Катю Гандзюк?» у справі про її вбивство) та Сергію Стерненку. Час від часу фани реагували на звістки терористів з тимчасово окупованих територій, скандуючи «Автомийник Моторола жив у чужій хатині, підірвали його в ліфті – Слава Україні!» (після вбивства ватажка підрозділу так званої «ДНР» «Мотороли») та «Жирний сепар Ігорьок їхав на машині, підірвався на фугасі – Слава Україні!» (після замаху на ексочільника так званої «ЛНР»).

Водночас активні фани також не забували звертатися до власників своїх клубів: «Суркіси – ганьба Динамо!», «*Lucesci, go away!*» (ультрас «Динамо» до братів Суркісів з огляду на призначення тренером команди екснаставника

«Шахтаря» і «Зеніта» Мірчі Луческу та зв'язок Суркісів з проросійською партією ОПЗЖ), «Клуб миллионов, игрушка одного», «Угробил клуб к еБЕНЯм» (фанати «Дніпра» до Ігоря Коломойського через припинення існування клубу).

Проте улюбленими серед уболівальників на українських стадіонах залишалися патріотичні гасла («Слава Україні! Героям Слава!»), гімн України, а також хіти «Путін х*йло», «Хто не скаче, той москаль» та «Воїни світла».

2.2. Соціолект футбольних уболівальників у світлі асоціативного експерименту

Одним з основних факторів, що репрезентує світогляд і лінгвокультурний код людини або групи людей, зокрема і футбольних уболівальників, є мовна картина світу. Це поняття виникло на основі ідей німецького філософа й лінгвіста В. фон Гумбольдта і було введено в антропологічну науку Л. Вайсгербером в праці «Рідна мова й формування духу» 1929 року [26]. Водночас чималий вплив на розвиток поняття мовної картини світу здійснили американські етнолінгвісти Е. Сепір та Б. Ворф, завдяки яким у науці сформувалося уявлення про концептуалізацію світу в мові [73; 7].

Загалом, термін «мовна картина світу» трактують як спосіб відбиття реальності у свідомості людини, що полягає у сприйнятті цієї реальності крізь призму мовних та культурно-національних особливостей, притаманних певному мовному колективу або як інтерпретацію навколишнього світу за національними концептуально-структурними канонами [25, с. 121].

Одним з найпоширеніших методів дослідження мовної картини світу є асоціативний експеримент. Асоціативний експеримент – проєктивний метод, призначений для дослідження внутрішнього ментального світу людини; або ж різновид психологічного експерименту, у процесі якого досліджуваному

демонструють різні стимули і подразники, і виявляють асоціації, сформовані попереднім досвідом [67, с. 456; 10].

Уперше цей експеримент був здійснений англійським психологом Френсісом Гальтоном у другій половині XIX століття [28, с. 41]. Спочатку він кілька разів проходив певну відстань між кількома локаціями Лондона, звертаючи увагу на предмети, допоки вони не викличуть якісь асоціації. Багато отриманих результатів були спогадами з минулого, які щоразу повторювалися. Після того Гальтон вирішив провести інший експеримент. Він сформував список з 75 слів, записаних на різних листках, до яких підбирав і виписував асоціації, враховуючи певну періодичність, як між самими спробами, так і фіксуючи час між поглядом на слово і появою двох різних думок. Він встановив, що приблизно 40% зі згаданих слів/образів думок пов'язані з дитинством, і поділив та проаналізував асоціації за трьома групами: сенсорні уявлення, емоції/асоціативні переживання і абстрактні слова або вербальні відповіді [28, с. 41].

Пізніше асоціативною практикою послуговувалися психологи К. Г. Юнг, М. Вентнеймер, Д. Кляйн, а класичне поняття «асоціативного значення» з набором слів-реакцій на слова-стимули запровадив Джеймс Діз у праці «Структура асоціативного значення» [84]. У сучасній психолінгвістиці виокремлюють три основні різновиди асоціативного експерименту: вільний, спрямований і ланцюговий. Водночас деякі науковці, як С. І. Куранова, виокремлюють ще й психофізіологічний вид [28, с. 44].

У межах дослідження соціолекту футбольних уболівальників актуальним вважаємо проведення вільного асоціативного експерименту, у межах якого реципієнти надають перші слова-реакції, що спали на думку, на запропоновані слова-стимули без обмежень у часі, кількості та виборі відповідей. Метою експерименту є відтворення особливостей мовної картини світу уболівальників і простеження зміни рецепції після початку повномасштабної російсько-української війни. Експеримент складається з кількох етапів і потребує виконання таких завдань:

- 1) формування стимульного списку;
- 2) проведення опитування серед уболівальників;
- 3) розробка типології асоціативних полів досліджуваних концептів;
- 4) аналіз результатів кожної з категорій за різними класифікаціями;
- 5) зіставлення мовних картин світу і висновки.

Одним з ключових елементів експерименту є вдалий підбір слів-стимулів. Так, під час підготовчої роботи були обрані терміни, якими можуть послуговуватися і в футбольній, і військовій сфері, що сприятиме виявленню особливостей і простежуванню змін у соціолекті футбольних уболівальників. У підсумку до експерименту включені такі слова-стимули: *команда, напад, захисник, удар, фланг, тактика, позиція, розгром, техніка, бомбардир, капітан, суперник, герой, камбек, поразка, мрова, перемога*.

В опитуванні взяли участь 50 футбольних уболівальників, 25 з яких представляють категорію звичайних любителів футболу, ще 25 є активними фанатами, котрі після повномасштабного вторгнення Росії залучені до оборони України. Віковий діапазон: 19-52 роки, середній вік 28.9. Гендерний розподіл: чоловіки – 47 (94%), жінки – 3 (6%).

Важливого значення під час підготовки і виконання асоціативного експерименту набувають умови його проведення, які певною мірою впливають на результати. Серед основних правил український лінгвіст В. В. Левицький виокремлює: відбір слів-стимулів (залежно від завдань), склад інформантів (кількість від 30, різної статі і віку), надання чіткої інструкції досліді та матеріал/форма подавання (усна/письмова) [30, с. 99-100].

Крім цього, К. Р. Близнюк підкреслює, що для досягнення вищої валідності результатів варто також врахувати типи слів-стимулів, психоемоційний стан реципієнтів, соціометричні дані (вік, стать, освіта, місце перебування, походження) [5]. Водночас американський психолог Девід Маєрс відзначає необхідність отримання згоди інформантів на участь в опитуванні, інформування учасників щодо характеру експерименту, а

також наголошує на запобіганні відчуття оцінювання в респондентів та повній конфіденційності інформації [89]. Зважаючи на нинішні реалії українців, досягти забезпечення єдиних умов проведення експерименту для категорій «тилових» уболівальників і фанатів, що беруть безпосередню участь у війні, є надважким завданням.

Проте більшість правил і рекомендацій щодо проведення експерименту були враховані. Насамперед варто відзначити єдину форму подачі стимульного матеріалу (письмову) та виконання завдання (шляхом заповнення анкети Google-форм). Серед інших важливих моментів виділяємо надання детальної інструкції проходження експерименту з акцентом на повній довільності експерименту, відсутності оцінювання (правильних/неправильних відповідей) і підтвердження конфіденційності, що для фанатів є особливо істотно.

За підсумками анкетування отримано 964 реакції. Обробка результатів експерименту базувалася насамперед на статистичній обробці даних, виділенні системи опорних понять (категорій) та порівняльному аналізі. Отримані реакції класифікуємо за сферами вживання та типами відношень асоціативного зв'язку між словами-стимулами і словами-реакціями.

За типами відношень між словом-стимулом і словом-реакцією розрізняємо синтагматичні та парадигматичні асоціативні зв'язки. Водночас, послуговуючись деякими пунктами з класифікації Д. І. Терехової, першу категорію поділяємо на означальні та синтаксичні підгрупи, а в другій виокремлюємо: 1) категоріальні реакції (суміжні/синонімічні поняття); 2) реакції-характеристики (позначають ознаку/властивість стимулу); 3) реакції-словосполучення (прості й складні сполуки слів); 4) реакції-коментарі (нагадують речення); 5) фонетичні реакції (випадки співзвучності); 6) ремінісцентні (власні назви неістот і цитати) та 7) реакції-персоналії (імена та прізвища осіб) [65].

Першим стимулом у нашому експерименті стало слово КОМАНДА, як один з головних маркерів ідентифікації в футболі. 25 респондентів з групи

звичайних уболівальників надали 28 відповідей, з яких суттєво переважають назви клубів (20 реакцій): «Динамо» (3), «Шахтар» (2), «Мілан» (2), «Барселона» (2), «Ізумруд» (2), «Ліверпуль» (2), «Реал Мадрид», «Челсі», «Тоттенгем», «Манчестер Сіті», «Депортиво», «Спарта», «Аврора». Решту складають суміжні (*однодумці, колеги, team*) та абстрактні поняття (*сила* (2), *згуртованість, вогонь, блискавка*). Усі асоціації представляють розряд парадигматичних, серед яких назви клубів належать до ремінісцентних, суміжні/синонімічні поняття до категоріальних, а абстрактні до реакцій-характеристик.

Найчастотнішою підгрупою виявилися оніми футбольних клубів і серед фанатів (11 з 34 реакцій): «Динамо» (4), «Металіст» (2), «Дніпро», «Зоря», «Кривбас», «Мілан», «Ювентус». Проте загалом переважає загальноновживана лексика, де можна виокремити суміжні поняття (*однодумці, злагоджена група, група людей, що працюють на один результат, колектив, об'єднання, кооперація, спільна мета*), типи команд (*футбол* (3), *волонтери* (2), *підрозділ, команда президента*), міжлюдські зв'язки (*сім'я* (2), *близькі друзі, братерство, взаємоповага, рівність, взаємодтримка, відповідальність*) і ще одну асоціації з природним явищем (*вогонь*). Лише одна реакція (*команда президента*) виявляє синтагматичний (синтаксичний) тип відношення, тоді як всі інші парадигматичного характеру: назви клубів («Динамо» (4), «Металіст» (2), «Дніпро») – ремінісцентні; *футбол* (3), *волонтери* (2), *колектив, підрозділ* – категоріальні; *взаємоповага, рівність, відповідальність, вогонь* – характеристика; *злагоджена група, близькі друзі, спільна мета* – реакції-словосполучення; *група людей, що працюють на один результат* – реакція-коментар.

Стимул НАПАД у значної частини звичайних уболівальників асоціюється з футболістами групи атаки, що підтверджують 14 з 32 реакцій (прізвища/імена гравців): *Роналду* (3), *Шевченко* (3), *Кейн, Ібрагімович, Голанд, Марадона, Кака, Зідан, Салах, Чарлі*. 6 реакцій пов'язані з діями футболістів атаки (*гол* (4), *небезпечний момент, офсайд*), ще 6 є

синонімічними та антонімічними поняттями (*атака (2), оборона (2), захист, захисник*). Лише в кількох інформантів НАПАД викликав асоціації з вторгненням Росії в Україну (*Росія, війна, атака на ворога, раптовий*). За типами відношень, найчастотнішими є парадигматичні категоріальні (*гол (4), атака (2), оборона (2), війна*) та персоналії (*Роналду (3), Шевченко (3), Кейн*), також наявні реакції-словосполучення (*небезпечний момент, атака на ворога, шалений вітер*). Синтагматичні ж представлені лише означальною (*раптовий*) та синтаксичною (*бикувати*) реакціями.

У більшості респондентів-фанатів НАПАД насамперед асоціюється з війною (14/30): *штурм (3), Росія в 2104, ворог, війна, контрнаступ, ракети, рейд, засідка, літаки, захоплення, збройний, розпочати бій*. Синонімічні та антонімічні реакції можуть бути пов'язані як з війною, так і з футболом (*атака (2), захист (2), оборона*), тоді як з суто футбольних лише 6 номінативів (*Шевченко (4), Златан, «Реал»*) і два близьких до футболу терміни (*воротар, спорт*). Серед інших – означальна реакція *швидкий*, яка разом зі *збройний* належить до синтагматичного типу відношень, та реакції-характеристики (*структура, цілеспрямованість*) з розряду парадигматичного типу, основну частину якого складають категоріальні асоціації (*штурм (3), атака (2), захист (2), ворог*) та персоналії (*Шевченко, Златан*).

Під час формування списку слів-стимулів потрібно було зробити вибір між антонімічними парами «нападник – захисник» і «напад – захист». Проте у зв'язку з суттєвою актуалізацією лексем *напад* та *захисник* після повномасштабного вторгнення Росії в Україну доцільним убачаємо залишити саме ці стимули. ЗАХИСНИКА, як і *напад*, більша частина інформантів з категорії любителів футболу пов'язують зі знаковими футболістами на відповідній позиції, залежно від власних уподобань (з 33 реакцій 19 онімів): *Ван Дейк (3), Рамос (2), Мальдіні (2), Неста (2), Террі, Пене, Марсело, Магвая, Вібке, Лужний, Срна, Чигринський, Ромеро, Моурінью*. Кілька відповідей об'єднують характеристики і атрибути оборонців: *надійність, замок, непохитна стіна, рука, червона картка, перший пас, гол*. З військовою

сферою пов'язані 7 асоціацій: *військовий, атошник, зсушник, герой України, воїн, армія, ніндзя*. Усі реакції належать до парадигматичного типу, у якому домінують персоналії (усі 19 онімів), а також представлені категоріальні реакції (*військовий, атошник, зсушник, воїн*), характеристики (*надійність, замок*) і словосполучення (*непохитна стіна, червона картка*).

У групі фанатів відповідей, пов'язаних з футболом і військовою справою, виявилася однакова кількість – 9 прізвищ футболістів (*Лужний (3), Русол, Єзерський, Ван Дейк, Мальдіні, Неста, Роберто Карлос*) і 9 слів, які застосовують до військових (*військовослужбовець (2), воїн (2), ЗСУ, оборона України, прикриття, солдат в обладунках, справжній чоловік*). Ще кілька понять є синонімічними, суміжними або характеризувальними і не закріплені за якоюсь однією сферою: *оборонець, оборона, той, хто відбиває атаку, дефендер, надійність, якір, камінь, емоційна стриманість, сила волі, монументальний*. Серед парадигматичних відношень вирізняються персоналії (*Лужний (3), Русол, Єзерський*), категоріальні реакції (*військовослужбовець (2), воїн (2), оборонець*) та словосполучення (*оборона України, солдат в обладунках, емоційна стриманість*). Категорія синтагматичних представлена означальною (*монументальний*) і синтаксичною (*хто відбиває атаку*) реакціями.

Найбільшу підгрупу до стимулу УДАР також сформували оніми (11 з 26). Але якщо в попередніх випадках найчастотнішими реакціями були назви клубів/футболістів, то на лексему *удар* звичайні вболівальники найчастіше (4 рази) відповідали прізвищем відомого боксера, а нині мера Києва Віталія Кличка, який водночас є лідером однойменної партії «УДАР». Серед інших онімів прізвища гравців, які володіють поставленим і потужним ударом: *Роберто Карлос (3), Маліновський, Ібрагімович, Джеррард, Хабі Алонсо*. Інші асоціації стосувалися типів і якості удару (*по воротах (2), у дев'ятку, потужний, кинджальний шедевр*), процесу/результату (*гол (2), небезпека (2), перемог, розрив*), а також досвіду війни (*ракети, дрони, контрудар, по ворогу*). За типами відношень найпоширенішими знову виявилися

персональні (*Роберто Карлос (3), Маліновський, Ібрагімович*) та парадигматичні категоріальні реакції (*гол (2), небезпека (2), ракети, дрони*), а одразу після них розташувалися синтагматичні синтаксичні (*по воротах (2), у дев'ятку, по ворогу*), випередивши словосполучення (*кинджальний шедевр*) та означальні (*потужний*).

Найпопулярнішими серед фанатів стали відповіді, актуальні для періоду війни (8 з 27): *ракетний (2), контрнаступ, по позиціях, вистріл, вибух, небо, укриття*, а також ті, що характеризують удар (*сильний, прямий, неочікуваний, у відповідь, рукою, ногою, головою, в голову*). Решту реакцій складають прізвища футболістів (*Роберто Карлос (2), Алієв, Зідан Баєру, Горшков іспанцям, Зеєдорф*) та лексеми, що номінують процес/результат удару (*гол (2), спроба, вище воріт, атака*). В асоціативному полі слова удар спостерігається найменша різниця між парадигматичними (15) та синтагматичними (12) реакціями серед усіх стимулів. У парадигматичних найчастотнішими традиційно є категоріальні (*гол (2), контрнаступ, атака, вибух*) та персональні (*Роберто Карлос (2), Алієв, Зідан Баєру*), а в синтагматичних достатньо як синтаксичних (*по позиціях, вище воріт, у відповідь*), так і означальних (*ракетний (2), сильний, неочікуваний*).

Ядерну зону стимулу ФЛАНГ у категорії звичайних уболівальників складають оніми футболістів, які запам'яталися грою на фланзі. Цікаво, що серед 12 таких реакцій (з 27 загалом) жодне ім'я/прізвище не повторюється і не має підстав називатися ядерним: *Мудрик, Мане, Срна, Бейл, Ешлі Янг, Гусєв, Азар, Мессі, Роббен, Роналдіньйо, Валера, Костик*. Найчастіше ж на стимул ФЛАНГ респонденти цієї категорії відповідали *правий (4)*, тоді як *лівий* лише раз. Більшість інших асоціацій футбольної тематики (*швидкість (2), біг, подача, передача, дриблінг, футбол*). До військової можна зарахувати лише *поле бою*, що разом з реакцією *смертельне цунамі* належить до парадигматичних словосполучень. Проте найбільше парадигматичних відношень виявлено знову серед персоналій (*Мудрик, Мане, Срна, Бейл*) та реакцій категоріального типу (*швидкість (2), передача, дриблінг, крило*), тоді

як синтагматичні відношення представлені тільки означальними (*правий (4), лівий*).

На противагу звичайним уболівальникам, фанати сформували ядерну зону стимулу ФЛАНГ з реакцій, які пов'язані з військовою сферою та опціями на війні (15 з 29): *комунікація з підрозділами, напрямок роботи, позиції, оточення, утримання, обхід, захід, танк, маневр, атака, прорвати, просування, тактика*. Було названо лише 3 оніми флангових футболістів (*Ярмола, Мудрик, Ель Каддурі*), кілька опцій з футбольної сфери (*швидкість (4), вінгер, передача, техніка*) та загальних суджень про фланг (*правий (2), лівий; захисту, оборони*), у яких водночас простежуються означальні та синтаксичні синтагматичні відношення відповідно. Парадигматичні реакції охоплюють характеристики (*швидкість (4), маневр, атака, утримання*), категоріальні (*позиції, вінгер, танк*), словосполучення (*комунікація з підрозділами, напрямок роботи*) та персоналії (*Ярмола, Мудрик, Ель Каддурі*).

Стимул ТАКТИКА в більшій частини опитаних любителів футболу асоціюється з тренерами та футбольними схемами (розташуванням футболістів на полі). Назви цих двох підкатегорій становлять 54% усіх реакцій (15 з 28), з яких по 5 згадок отримали один з головних футбольних тактиків сучасності Пеп Гвардіола та найпопулярніша схема для гри 4-3-3. Крім них, інформанти відзначили тренерів *Дієго Сімеоне, Жозе Моурінью, Юргена Клоппа*, схеми *4-2-3-1, 4-2-2-2*, а також тактичні стилі/елементи – *тікі-така* (контроль м'яча, притаманний командам Гвардіоли), *автобус* (дуже захисна тактика, до якої нерідко звертаються Моурінью і Сімеоне) та *гегенпресинг* (риса команд Клоппа, що передбачає інтенсивний пресинг, відбір м'яча). Серед інших реакцій варто виділити суміжні поняття (*стратегія (3), ключ до успіху, успіх, розум*) та поширену в футбольних колах співзвучність *тактика-галактика (2)*. Власне це один з рідкісних прикладів фонетичного зв'язку між стимулом та реакцією. У парадигматичних відношеннях переважають персоналії (*Гвардіола (5), Моурінью, Клопп*) та

ремінісцентні реакції (4-3-3 (5), *тікі-така, гегенпресинг, автобус*), домінуючи над категоріальними (*стратегія (3), успіх, розум*), словосполученням (*ключ до успіху, хитро зроблена тьотя*) та синтагматичними (*забрати м'яч за 6 секунд*).

Фанати ж сприймають тактику насамперед у загальному значенні цього слова, що засвідчують суміжні реакції, яких понад третину (12 з 31): *стратегія (3), задум (2), спланований хід дій, план дій, досягнення мети, планування, аналіз, підготовка, виконання поставлених задач*. Крім цього, можна простежити достатньо асоціацій дотичного атрибутивного типу (*продумана (2), шахи, хитрість, розум, голова, навички, тактичний успіх*). З-поміж усіх реакцій вирізняються футбольні, назви схем (*4-4-2 (3), ромб*), лексема *тренер* та прізвище легендарного українського тренера *Лобановський*. І водночас військової сфери (*камуфляж, гарматне м'ясо, мінімізація ризиків, карта, малих груп*). Чимале різноманіття спостерігається і серед асоціативних відношень, де особливо помітні парадигматичні категоріальні реакції (*стратегія (3), задум (2), шахи, камуфляж*), словосполучення (*спланований хід дій, виконання поставлених задач, гарматне м'ясо*), а також представлені ремінісцентні (*4-4-2 (3), ромб*), персоналії (*Лобановський*), синтагматичні означальні (*продумана*) і синтаксичні (*малих груп*) асоціації.

Стимул ПОЗИЦІЯ унікальний тим, що як серед фанатів, так і звичайних уболівальників, зібрав найменшу кількість онімів, які є провідним типом реакцій майже до кожного слова. Це можна пояснити відсутністю конкретного маркера або стимулу лексеми *позиція* щодо конкретних футболістів. Саме тому вболівальники пов'язують цей стимул з різновидами позицій, а не з прізвищами гравців. Тож домінантною підгрупою реакцій до обраного слова стали футбольні ампуа, які складають 60% усіх асоціацій (16 з 27): *форвард (4), захисник (2), півзахисник, воротар, опорний, центральний півзахисник, вінгер, фальшива 9, ЦПЗ, ЦП, ЛП, ЦФ*. Останні 4 асоціації – це аббревіатури позицій, які розшифровують так: ЦПЗ і ЦП – центральні

півзахисники, ЛП – лівий півзахисник, ЦФ – центральний форвард. Окрім назв позицій, інформанти наводили синонімічні поняття (*амплуа, положення, розташування, думка*), характеризувальні реакції (*проукраїнська, точність, відповідальність, тактика, команда*) та інші (*місце зустрічі змінити не можна*). Єдиним онімом стало прізвище *Пірло*, вочевидь, через його вміння диригувати грою, всіма партнерами і контролювати будь-яку позицію. Завдяки різновидам позицій (*форвард (4), захисник (2), півзахисник, воротар*) категоріальні реакції парадигматичних відношень знову є найчастотнішими. Крім цього, відзначаємо реакції-словосполучення (*фальшива дев'ятка [нападник, який не грає на своїй позиції, діючи з глибини поля], центральний півзахисник*), характеристики (*точність, відповідальність*) та фіксуємо появу реакції-коментаря (*місце зустрічі змінити не можна*). Синтагматичні відношення представлені однією означальною асоціацією (*проукраїнська*).

На відміну від звичайних уболівальників, фанати першочергово асоціюють стимул ПОЗИЦІЯ з військовим досвідом, на що чітко вказують 8 з 27 реакцій: *місце дислокації (2), СПшка, бойова, відповідальна ділянка підрозділу, згуртованість, засідка, бліндаж*. До цієї ж підгрупи можна зарахувати ще 5 синонімічних понять (*місце розташування (3), положення у просторі, зона відповідальності*). Разом з тим наведено чимало типів позицій у різних значеннях (*громадянська (2), соціальна, активна, правильна, погляд на певні речі, висота, дім*) і зрештою різновиди футбольних амплуа (*форвард, півзахисник, опорник, лівий хав, вінгер*). У порівнянні з асоціаціями любителів футболу, у відповідях фанатів значно більше реакцій синтагматичних типів відношень, зокрема означальних (*громадянська (2), бойова, соціальна, активна, правильна*) та синтаксичних (*позиція сили*). Серед парадигматичних зв'язків вирізняються словосполучення (*місце розташування (3), місце дислокації (2), зона відповідальності, лівий хав*), категоріальні (*засідка, бліндаж, форвард*) і ремінісцентна реакція *СПшка* - спостережний пост, з якого ведеться спостереження за діями противника та місцевістю.

Стимул РОЗГРОМ у 55% (15 з 27) опитаних звичайних уболівальників викликає спогади з пам'ятних матчів, у яких одна з команд перемогла суперника з великим рахунком. До таких належать півфінал чемпіонату світу-2014 *Бразилія – Німеччина 1:7 (3)*, розгроми в локальних дербі *Ліверпуль – Манчестер Юнайтед 7:0 (2)*, *Мілан – Інтер 6:0 (2)*, знущання в 1/4 Ліги чемпіонів *Барселона – Баварія 2:8 (2)* та інші (*Реал Мадрид – Атлетико, Монако-Депортиво 8:3, Аргентина-Ямайка 5:0, 1000-ий матч Венгера [Челсі – Арсенал 6:0], Чайка, Бірленд*). Решта асоціацій теж пов'язані з футболом і є або суміжними поняттям, або характеризують розгром і емоції після нього: *впевнена перемога (2), тріумф, перемога, поразка, без шансів, нищівний, багато голів, розпач, розчарування, «зливайте воду»*. Відповідно за типом відношень у цьому асоціативному полі помітно переважають парадигматичні ремінісцентні реакції (*Бразилія – Німеччина 7:1 (3), Ліверпуль – МЮ 7:0 (2), Аргентина – Ямайка*). В усіх інших підтипах спостерігається приблизно однаковий розподіл: категоріальні – *тріумф, перемога, поразка*; словосполучення – *впевнена перемога (2)*; синтагматичні означальні – *нищівний*; синтаксичні – *без шансів*; реакція-коментар – *«зливайте воду»* – жаргонний вислів, який означає «закінчуйте, кінець, усе пропало».

У групі фанатів реакції на стимул РОЗГРОМ розділилися на футбольні та військові. 8 з 33 респондентів пригадали футбольні матчі/команди: *Бразилія – Німеччина 7:1 (2), Динамо – Барселона (2), Динамо – Бешикташ, Ліверпуль – МЮ 7:0, Барселона, Баварія*), тоді як 11 інформантів відреагували з погляду контексту війни – *Чорнобаївка, відпрацювала авіація, оточення, розгром військ, ворога, розвал Росії, безпека України, відхід групи, перепідготовка, побита техніка, військовий, руйнування*. Ще 14 реакцій можна зарахувати до обох тематичних сфер: *поразка (2), крупна поразка, перемога, домінація, противника, знищення, невдача, тактичний, фіктивний, вщент, прикро, соромно, негатив*. На рівні асоціативних відношень найбільше представництво мають парадигматичні ремінісцентні (*Бразилія –*

Німеччина 7:1 (2), Динамо – Барселона (2), Чорнобаївка), категоріальні (*поразка (2), домінація, руйнування*) та синтагматичні синтаксичні *реакції* (*військ, ворога, противника, вцінт*). У меншій кількості вжито словосполучення (*крупна поразка, відхід групи, побита техніка*), означальні (*тактичний, фіктивний*) та коментарі (*відпрацювала авіація*).

Реагуючи на слово-стимул ТЕХНІКА, звичайні вболівальники зазначили не лише прізвища технічних футболістів (за попередніми аналогіями), а й бойових технічних засобів, що є одним з ключових факторів на війні. У нашому експерименті техніку в футболі репрезентують *Мессі (3), Неймар (2), Мудрик, Марлос, Азар, Роналду, Давідс, Ібра, Чупа та Бразилія*, а техніку на полі бою – *танки (2), БТР (2), БМП, бойова, військова, машини*. Більшість інших реакцій характеризують елемент саме футбольної гри: *фінти, дриблінг, прийом м'яча, швидкість, талант, краса, успіх, «майстерність не проп'єш»*. Проте є й кілька асоціацій випадають з загальної картини – *побутова, зуби і сантехніка*. Основними типами парадигматичних відношень для цього стимулу є персоналії (*Мессі (3), Неймар (2), Мудрик*) та категоріальні реакції (*танки (2), БТР (2), дриблінг, фінти*). У синтагматичних найбільше виявилось означальних на позначення видів техніки (*бойова, військова, побутова*). Усі інші підтипи мають по одному представнику: ремінісцентні реакції – *Бразилія*, словосполучення – *прийом м'яча*, фонетичні – *техніка-сантехніка* і коментар – *«майстерність не проп'єш»* – жаргонний вислів, що характеризує вдалу дію або навичку людини, якою вона володітиме за будь-яких умов.

Власне *майстерність* є найчастотнішою ядерною реакцією серед фанатів, які назвали цю лексему 6 разів, а разом з нею суміжні поняття *вправність* та *відточення виконання*. Найбільшу ж підгрупу асоціацій становить військова сфера (12 з 33 реакцій): *танк (3), військова (2), дрони, спартани, БТР, БМП, станція, залізо, метал*. Футбольна галузь представлена лише трьома онімами технічних футболістів (*Ярмола, Роналдіньйо, Мессі*) і трьома їхніми атрибутами (*скіли, швидкість, володіння м'ячем*). Решта

реакцій мають не достатньо виразне тематичне забарвлення: *технології, справна, сучасна, ідеальна креатив, інтелект, відчуття*. Найповніше парадигматичні відношення представлені категоріальними реакціями (*майстерність (6), танк (3), технології*). Серед інших підтипів підкреслюємо реакції-характеристики (*швидкість, креатив, інтелект*), персоналії (*Ярмола, Роналдіньйо, Мессі*) та словосполучення (*відточення виконання, володіння м'ячем*), а в синтагматичних переважають означальні асоціації (*військова (2), справна, сучасна, ідеальна*).

Стимул БОМБАРДИР має особливу та парадоксальну історію. Насамперед це слово історично належить до військової сфери і походить від французького «bombardier» – солдат, що заряджає/керує гарматою; артилерист. Проте в межах нашого експерименту стимул БОМБАРДИР став одним з двох (інший *розгром*), на який звичайні футбольні вболівальники не надали жодної реакції, пов'язаної з військовою сферою. Є підстави стверджувати, що для частини любителів футболу це слово втратило первісне значення і закріпилося за характеристикою футболіста, який забиває багато м'ячів.

Саме тому 12 з 27 реакцій – прізвиська нападників: *Роналду (4), Мессі, Мбаппе, Ібрагімович, Бензема, Роналдо, Левандовський, Голанд, Новаковський*. Ще 7 асоціацій тісно пов'язані зі стимулом, оскільки є синонімічними і суміжними поняттями – (*нападає (2), голеадор, збирач скальнів, дев'ятка, голи, успіх*). Окрему підкатегорію становлять реакції, що стосуються популярного ютуб-каналу «Бомбардир» – *ютуб-канал (6), новинний канал, Роман Бебех (2)* [автор каналу]. Цьому асоціативному полю властиві лише парадигматичні відношення: персоналії (*Роналду (4), Бебех (2), Мбаппе*), категоріальні (*ютуб-канал (6), нападає (2), голеадор*), характеристики (*голи, успіх*) та словосполучення (*новинний канал, збирач скальнів – образна назва бомбардира*).

Для фанатів *бомбардир* – це також насамперед той, хто відзначається голами. З цим значенням пов'язані 20 з 27 асоціацій, 7 з яких оніми

нападників – *Шевченко (3), Ребров, Роналду, Міля, Селезньов*, а 13 – синонімічні й суміжні поняття – *голи (3), фінішер, голеадор, напад, атака, той, хто забиває, хет-трик, удар, спритність, асистент, футболіст*. Ще 5 реакцій вказують на ютуб-канал «Бомбардир» (ютуб-канал (2), Роман Бебех (3)), а єдина асоціація, що ближча до військової сфери, ніж до футбольної, – це *обстріл*. Схожий розподіл до групи звичайних уболівальників спостерігаємо і на рівні асоціативних відношень. Домінантними є парадигматичні персоналії (*Шевченко (3), Бебех (3), Міля, Селезньов*), категоріальні реакції (ютуб-канал (2), *фінішер, голеадор*) та реакцій-характеристики (*голи (3), хет-трик, спритність*), тоді як з синтагматичного типу лише одна синтаксична асоціація (*той, хто забиває*).

Класифікуючи всі реакції звичайних уболівальників на слово-стимул КАПІТАН, можна обмежитися лише двома категоріями – оніми і суміжні поняття. 67% асоціацій (18 з 27) становлять імена та прізвища знакових капітанів переважно футбольних команд: *Срна (3), Мальдіні (2), Валера (2), Рамос, Лужний, Ді Натале, Бекхем, Роналду, Пуйоль, Політило, Абір, Лампард, Джеррард, Америка*. Інші 33% (9 з 27) – це лексеми на позначення лідерської ролі: *лідер (3), вожак (2), полководець, головний, відповідальна особа, команди*. Відповідно переважна більшість реакцій належать до підгрупи персоналій у межах парадигматичного типу (*Срна (3), Мальдіні (2), Рамос*), решту складають категоріальні асоціації (*лідер (3), вожак (2), полководець*), словосполучення (*відповідальна особа*) та синтагматичні синтаксичні (*команди*).

У категорії фанатів серед реакцій до стимулу КАПІТАН зафіксований рекорд повторюваності одного й того самого слова – *лідер (7)*. Разом з лексемами *поводир, наставник, голова, батько, поважна особа, чоловік, координатор, командир роти* ця реакція формує ядерну зону стимулу (15 з 26 асоціацій). Крім цього, виділяємо реакції на позначення якостей та функцій капітана – *відповідальність, мудрість, веде за собою, наказ, координатор, військове звання*; та підгрупу прізвищ видатних лідерів

футбольних команд – *Лужний, Белькевич, Ребров, Буффон, Ротань, Террі*. На рівні парадигматичних відношень у цьому асоціативному полі найбільше категоріальних реакцій (*лідер (7), наставник, голова*), також наявні кілька словосполучень (*поважна особа, військове звання, командир роти*), персоналій (*Лужний, Белькевич, Ребров*) та характеристик (*мудрість, відповідальність*) проти лише однієї синтаксичної асоціації синтагматичного типу (*веде за собою*).

Стимул СУПЕРНИК є ще одним показовим маркером ідентифікації вболівальників і дозволяє зробити припущення щодо клубних уподобань тієї чи тієї особи, виходячи з її відповіді на питання про опонента. Цілком очікувано, що й тут більшу частина реакцій (54%) склали назви футбольних клубів (14 з 26): *«Динамо» (4), «Шахтар» (2), «Спартак», «Ліверпуль», «Арсенал», «Інтер», «Ювентус», «Манчестер Юнайтед», «Барселона», «Нова»*. Решта асоціацій вказують на сприйняття суперника і суперництва загалом: *ворог (2), запеклий, принциповість, спорт, боротьба, гра, азарт, вогонь, лузер, «Ось ти мені як раз і треба»*. Завдяки назвам клубів ремінсцентні реакції (*«Динамо» (4), «Шахтар» (2), «Спартак»*) є найпопулярнішими серед асоціативних відношень стимулу *суперник*. Меншою мірою серед зв'язків парадигматичного типу реалізуються реакції-характеристики (*принциповість, боротьба, азарт, вогонь*) та коментарі (*«Ось ти мені як раз і треба»*), а в синтагматичному корелюють лише означальні (*запеклий*).

У відповідях фанатів можна помітити зіставлення понять *суперник* і *ворог*. Найчастотнішою реакцією в цій групі стало слово *ворог (5)*, крім цього, наявні відповіді *Росія, вагнери, п*дари*, які вказують на ворожнечу і максимальний рівень негативного ставлення. З іншого боку, є асоціації *не ворог, спаринг-партнер, дербі*, що підкреслюють саме суперництво. Водночас відзначаємо синонімічні поняття (*опонент (2), хто проти тебе*), характерні риси опонента (*підступність, гідний, хитрий, непереможний, достойний*), які теж доповнюють зіставлення *суперник-ворог*, та інші

атрибути (*мотивація, боротьба, ціль*). Серед футбольних онімів згадані лише назви таких клубів, як *«Шахтар» (3)* і *«Мілан»*. В асоціативному полі фанатів стимулу *суперник* представлені три типи парадигматичних та обидва різновиди синтагматичних відношень. З них найповніше реалізовані категоріальні (*ворог (5), опонент (2), дербі*) та ремінісцентні (*«Шахтар» (3), Росія, вагнери*), меншою мірою характеризувальні (*підступність, мотивація, ціль*) означальні (*хитрий, непереможний, гідний*) та синтаксичні (*хто проти тебе, не ворог*).

Після розгортання повномасштабної російсько-української війни в багатьох українців відбулася суттєва переоцінка цінностей, а разом дещо змінилися уявлення про героїзм і героїв. Тож цілком закономірно, що найчастотніші реакції на слово-стимул ГЕРОЙ – це *ЗСУ (3)* і *військові (3)*, які разом з відповідями *«Азов» [полк]*, *«Гонор» [підрозділ]*, *волонтери, воїн, тато (військовий)* та *Зеленський* формують найбільшу підкатегорію асоціацій в групі звичайних уболівальників – 12 з 27. Крім військової сфери, стабільно багато відповідей з футбольними прізвищами (10 з 27): *Шевченко (2), Роналду, Бекс, Ноєр, Гьотце, Гладкий, Зідан, Террі, Мальдіні*. Ще в п'ятих реакціях респонденти зазначили причини/риси героїзму: *переможний гол, герой матчу, рятівник, людина без комплексів, «Справжній герой не той, хто в сяючих обладунках та гарній позі. Герой – той, хто робить, що треба зробити»*. Серед асоціативних відношень найбільше вирізняються три різновиди парадигматичного типу: *персоналії – Шевченко (2), Роналду, Зеленський*; *ремінісцентні – ЗСУ (3), «Азов», «Гонор»*; *категоріальні – військові (3), волонтери, воїн*. Мінімальне представлення в словосполучень (*переможний гол, людина без комплексів*) і синтагматичних синтаксичних реакцій (*герой – матчу*).

Відповідаючи на стимул ГЕРОЙ, фанати менше конкретизували імена героїв, більше описуючи їх: *ті, хто вже не повернуться з поля бою, проста піхота, усі сили оборони, український військовий, тигр*, а також їхні риси/заслуги: *подвиг (2), вчинок, відвага, самопожертва, ефектний*,

легендарний, приклад, цілеспрямованість, корисність, альтруїст, молодець, переможець, матчу. Таких асоціацій 64% (19 з 30). Кількість онімів становить 23% (7 з 30), куди увійшли прізвища/позивні військових, футболістів, і тренерів: *Залужний, Шевченко, Ребров, Лобановський, Редіс, Маркевич, Канкава*. Останній блок відповідей об'єднує національна ознака: *народ України, українці, Герой України, Героям Слава*. Парадигматичні відношення найповніше представлені реакціями-характеристиками (*подвиг (2), вчинок, відвага, тигр*), персоналіями (*Залужний, Редіс, Шевченко*) та словосполученнями (*проста піхота, усі сили оборони, український військовий*). Синтагматичні – як синтаксичними (*хто вже не повернувся з поля бою, герой України, Героям Слава*), так і означальними (*ефектний, легендарний*) реакціями.

Слово-стимул КАМБЕК, що з англійської означає «повернення до гри», є одним з найбільш емоційно заряджених у лексиконі футбольних уболівальників. Однак разом з тим у розпал повномасштабної війни цей термін може набувати іншого забарвлення й застосовуватися щодо звільнення й повернення територій під контроль України. Це підтверджує і асоціація *контрнаступ (2)*, яку надавали, як звичайні вболівальники, так і фанати. Проте в більшості любителів футболу *камбек* очікувано асоціюється з матчами, де одна команда, поступаючись у рахунку з суттєвою різницею і маючи мізерні шанси на успіх, спромоглася врятувати гру і здобути позитивний результат (16 з 29): *«Ліверпуль» – «Мілан» (3), «Ліверпуль» (3), «Ліверпуль» – «Барселона» (2), «Барселона» – «ПСЖ» (2), «Боруссія» – «Малага», «Аякс» – «Тоттенгем», «Реал Мадрид» – «Атлетико», серія пенальті «Динамо» – «Шахтар», «Реал» – «Шахтар», «Liquid» – «Vitality», Стамбул [місце фіналу ЛЧ-2005 «Ліверпуль» – «Мілан» 3:3]*. Варто зазначити, що аж 9 з 16 таких реакцій стосуються «Ліверпуля» – клубу, який славиться вмінням «виривати» програні поєдинки у вирішальні моменти головних турнірів Європи. Крім пам'ятних матчів, уболівальники ділилися емоціями і думками, що зазвичай супроводжують камбек: *радість (2), is real*

(2), *тріумф, перемога, диво, вдача, повернення, року, «а може все тоді було б по-іншому»*. Враховуючи кількість різних відсилань, очевидною серед асоціативних відношень є перевага ремінісцентних реакцій (*«Ліверпуль» – «Мілан» (3), «Ліверпуль» – «Барселона» (2), Стамбул*), і значно менше представництво категоріальних (*контрнаступ (2), тріумф, повернення*), характеризувальних (*радість (2), диво*), реакцій-коментарів (*«а може все тоді було б по іншому»*) та синтаксичних (*is real (2), року*) реакцій.

У категорії фанатів спогадів про камбеки на футбольному полі втричі менше, ніж у звичайних уболівальників (лише 5 з 25 реакцій: *«Ліверпуль» – «Мілан» фінал ЛЧ (2), «МЮ» – «Баварія» (2), «Ліверпуль»*). Натомість значно більше суміжних понять і асоціацій з контексту війни: *контрнаступ (2, повернення до боротьби, повернення, «перемога, в яку мало вірилось», «виграти програне», неочікуване повернення, відродження, перемога, відіграти втрати, контратака, 2014, повернення з завдання, «мудаки чоловіки, які незаконно втекли і будуть потім повертатися»*. Остання частина реакцій пов'язана із засадами та емоціями камбеку: *сила волі, спротив, ефективність, характер, шанс, ейфорія*. В асоціативному полі фанатів до стимулу *камбек* жодна з категорій реакцій не має значної переваги над іншими. Водночас представлені майже всі типи парадигматичних та синтагматичних відношень: категоріальні (*контрнаступ (2), контратака, перемога*), ремінісцентні (*Ліверпуль» – «Мілан» (2), «МЮ» – «Баварія» (2)*), характеристики (*ефективність, характер, ейфорія*), коментарі (*«перемога, в яку мало вірилось», «мудаки чоловіки, які незаконно втекли і будуть потім повертатися»*) та синтаксичні (*виграти програне, відіграти втрати*).

Останні три слова-стимули в нашому експерименті присвячені результату – найважливішому показнику в футболі, який, за словами Валерія Лобановського, править усією грою. Водночас у зв'язку з повномасштабною війною Росії проти України лексеми «перемога», «поразка» і «мирова» у свідомості частини українців набувають особливого змісту. Підтвердження

цьому неодноразово можна простежити на прикладі реакцій до всіх трьох слів-стимулів.

Перші з таких асоціацій вирізняємо з відповідей звичайних уболівальників на стимул ПОРАЗКА – *«неможливо, не буде її», «будь-якою ціною не допустимо», Росія (2)*. Ці респонденти пов'язали ймовірність невтішного результату з російсько-українською війною. Проте в більшій кількості звичайних уболівальників (11 з 27) *поразка* викликає спогади з найпам'ятніших програних їхніми фаворитами поєдинків: *Україна – Англія (2), Франція в фіналі ЧС-2022 (2), 3:3 + 0:1 «Баварії»* [виліт «Динамо» від «Баварії» в ½ ЛЧ-1998/99], *від Словенії* [виліт збірної України від Словенії в плей-оф Євро-2000], *Стамбул* [поразка «Ліверпуля» «Мілану» в фіналі ЛЧ-2004/05], *«Ліверпуль» фінал ЛЧ, фінал ЛЧ у Києві* [«Ліверпуль» – «Реал Мадрид»], *«Шахтар» – «Вікторія», Поттер* [безуспішний тренер «Челсі»]. Інші реакції передають емоції від поразок: *сум (3), прикрість (2), фіаско, розчарування, спустошеність, розпач, злість, «і це теж треба»,* а одна відповідь є цитатою з мотиваційної промови *«Nobody believes in you You've lost again and again The lights are cut off But you're still looking at your dream Reviewing it every day and saying to yourself It's not over until I win»*. Ці рядки з композиції Radical Redemption «Until I Win» стали популярними в реміксованому варіанті пісні репера Eminem'а «Sign for the moment». Власне ремінісцентні реакції (*Україна – Англія (2), Росія (2), цитата з пісні*) разом з характеризувальними (*сум (3), прикрість (2), спустошеність*) домінують серед парадигматичних відношень у цьому асоціативному полі. Крім них, реалізовані реакції-коментарі (*«і це теж треба», «неможливо, не буде її», «будь-якою ціною не допустимо»*) та одна персоналія (*Поттер*).

У категорії фанатів на стимул ПОРАЗКА найчастіше реагували описом емоцій/сприйняття невдач (15 з 29): *робота над помилками (2), відчай, жаль, гірко, смуток, засмученість* —> *висновки* —> *тренування, урок, аналіз, досвід, частина будь-якої діяльності, не кінець і водночас реакціями на ймовірність невтішного результату для України в війні з Росією – «не може*

бути», «нема місця поразкам», «то кінець всьому». Також знайшлося місце згадкам з футбольних матчів: *Україна – Словенія, «Дніпро» в фіналі в Варшаві*, [поразка «Динамо»] *«Баварії» 1:0, Вильоти «Дніпра» від ноунеймів*, [поразка «Динамо»] *3:2 «Металісту» в Кубку УЄФА 2009, «Динамо», Стамбул*. У третій підкатегорії зібрані суміжні поняття: *невдача (2), програш, капітуляція, втрати, помилка, результат*. Разом з тим усі вони належать до категоріальних реакцій парадигматичного типу, який водночас представлений ремінісцентними асоціаціями (*Україна – Словенія, «Дніпро» в фіналі в Варшаві, «Динамо»*), словосполученнями (*робота над помилками (2), частина будь-якої діяльності*), реакціями-характеристиками (*відчай, жаль, смуток*) та коментарями (*«не може бути», «нема місця поразкам», «то кінець всьому»*).

Стимул МИРОВА був запропонований респондентам замість слова *нічия* задля дотримання тематичного балансу між футбольною та іншими сферами. Є підстави вважати таке рішення цілком доречним, оскільки реакції вболівальників виявилися різноманітними. 32% (8 з 25) опитаних любителів футболу поєднали *мирову* з синонімом *нічия (5)* та нічийними рахунками (*0:0, 1:1, 2:2*), ще 25% (5 з 25), вочевидь, через вплив російської мови відповіли *війна (4) і Друга світова війна*, адже з російської *мировая* – це світова. Серед інших реакцій помітне здебільшого негативне ставлення до нічийного *результату (майже як поразка, розпач, ї**ча нічия, нудьга, ні риба, ні м'ясо, розійшлись як у морі кораблі)*, що певною мірою пов'язане з іншими асоціаціями, де *мирова* розглядається як варіант завершення війни (*угода, перемир'я, суперечка*). Ще двома реакціями стали оніми *«Болонья» та Швейцарія*, що можна пояснити політикою нейтралітету країни. Примітно, що МИРОВА – єдиний стимул, на який одразу три інформанти не надали відповідей. На рівні асоціативних відношень цей стимул поєднує майже всі види реакцій парадигматичного типу, зокрема категоріальні (*нічия (5), угода, перемир'я*), ремінісцентні (*«ні риба, ні м'ясо», «розійшлись як у морі кораблі», Швейцарія*), коментарі (*майже як поразка», «ї**ча нічия»*),

характеристики (*нудьга, розпач*) словосполучення (*Друга світова війна*) та синтаксичні реакції синтагматичного типу (*війна (4)*).

Відповіді на стимул МИРОВА в групі фанатів дуже подібні до асоціацій звичайних уболівальників. З 25 реакцій найчастотнішою стала лексема *нічия (4)*. Однак найбільше асоціацій (8 з 25) пов'язані саме з негативним сприйняттям *мирової (поразка (2), абсурд, обман, слово «табу», не існує, тільки перемога, умовність)* як результату певних домовленостей – *договір (2), наші умови (2), компроміс, пакт, результат*. Водночас помічаємо реакції, викликані впливом російської мови і сприйняттям *мирової* як *світової (світова війна, війна, популярність, карта)* та асоціації з футбольними матчами (*«Динамо» – «Баварія» 3:3 (2), Україна – Іспанія 2:2, додатковий час*). Основними типами парадигматичних відношень для цього стимулу є категоріальні (*нічия (4), договір (2), поразка (2)*), також реалізовані реакції-словосполучення (*наші умови (2), слово «табу», додатковий час*), характеристики (*абсурд, обман, умовність*) та ремінісцентні (*«Динамо» – «Баварія» 3:3 (2), Україна – Іспанія 2:2*). Синтагматичні відношення представлені лише синтаксичними реакціями (*війна, популярність, карта*).

Останній стимул у нашому експерименті – це ПЕРЕМОГА. Одна з найбажаніших цілей футбольних уболівальників у будь-який час і головна мета загалом українців у нинішніх реаліях війни. Тому цілком закономірно, що найбільше, 30% асоціацій (9 з 27) любителів футболу присвячені контексту боротьби України з Росією: *Україна (3), наша незалежність, за нами, понад усе, головна мета життя, кінець війни, мир*. Супроводжують їх емотивні реакції (8 з 27): *радість, щастя, емоції, задоволення, ейфорія, кайф, ура, «так, так, так ми це зробили», а також суміжні поняття – трофей, тріумф, результат, для якого ти працював, вольова, довгоочікувана*. Доповнюють картину *перемоги* згадки тріумфів улюблених команд: *3:0 Барсу в Києві [«Динамо» – «Барселона» 3:0, ЛЧ-1997/98], «Шахтар» ЛЄ 2023, «Реал» – «Ліверпуль» фінал ЛЧ 2 [1:0], «Тоттенгем» – «Манчестер Сіті» 1:0, фінал ЛЧ 2003 [«Мілан» – «Ювентус» 0:0, 2:3 по пенальті]*.

Асоціативне поле стимулу ПЕРЕМОГА настільки різноманітне, що в ньому представлені всі різновиди синтагматичних та парадигматичних відношень, крім фонетичного: ремінісцентні (*Україна (3), 3:0 Барсу в Києві*), словосполучення (*наша незалежність, головна мета життя*), категоріальні (*трофей, мир*), реакції-характеристики (*щастя, ейфорія*), коментарі (*«так, так, так ми це зробили»*), означальні (*вольова, довгоочікувана*) та синтаксичні (*за нами, понад усе*).

Реакції фанатів на слово-стимул ПЕРЕМОГА майже ідентичні відповідям звичайних вболівальників. 38% (11 з 29) асоціацій належать до контексту війни в Україні: *Україна (3), смерть русні, наша, буде, попереду, наша ціль, головне бажання, мир, звільнення територій*. Ще 8 реакцій виражають емоції: *радість (2), радість за країну, радість за команду, щастя, ейфорія, свято*. Інші підгрупи асоціацій описують процес/результат (*омріяний результат, результат клопіткої праці, тяжка праця, аналіз, повтор, відпочинок, удача*) та пам'ятні футбольні матчі (*Україна – Швейцарія по пенальті (2) [1/8 чемпіонату світу-2006, перемога України по пенальті 3:0], Барса 0-4 [«Барселона» – «Динамо» 0:4, ЛЧ-1997/98], Фінал Кубка України 2015 [«Динамо» – «Шахтар» 0:0, 5:4 по пен.]]*). Власне ремінісцентні реакції (*Україна (3), Барса 0-4*) разом зі словосполученнями (*смерть русні, наша ціль, звільнення територій*) є домінантними на рівні асоціативних відношень. Крім них, серед асоціацій парадигматичного типу наявні категоріальні (*мир, свято, відпочинок*) та характеристики (*радість (2), щастя*), а серед синтагматичного типу означальні (*наша*) і синтаксичні (*буде, попереду*).

Систематизація асоціативних значень дає змогу змоделювати сприйняття футбольного соціалекту різними групами уболівальників у сучасних воєнних умовах. Загалом на 17 слів-стимулів від 50 респондентів було отримано 964 реакції. 472 асоціацій (49%) надали звичайні вболівальники, 492 (51%) – футбольні фанати. З 472 реакцій любителів футболу 212 відповідей (45%) – номенклатура (93% футбольної), 61 асоціація

(13%) – терміни футбольного контексту, 53 реакції (11%) – лексика військової тематики, 43 слова (9%) – міжгалузеві лексеми, 103 відповіді (22%) – інше, загальноновживана лексика. З 492 реакцій фанатів 99 асоціацій (20%) – номенклатура (91% футбольної), 45 відповідей (9%) – терміни футбольного контексту, 121 реакція (25%) – лексика військової тематики, 100 слів (20%) – міжгалузеві лексеми, 127 асоціацій (26%) – інше, загальноновживана лексика.

Серед типів відношень між стимулами і реакціями в обох групах інформантів парадигматичні асоціативні зв'язки домінують над синтагматичними: 437 (92.5%) проти 35 (7.5%) у категорії звичайних уболівальників і 419 (85%) проти 73 (15%) у фанатів. Найактивнішими типами асоціативного зв'язку в обох групах респондентів стали категоріальні – 27.7% (131 з 472) серед любителів футболу, 40% (197 з 492) серед фанатів.

Загальна таблиця кількості реакцій за типами асоціативних зв'язків у категорії звичайних уболівальників:

1. категоріальні – 131 (27.7%);
2. персоналії – 123 (26.1%);
3. ремінісцентні – 105 (22.2%);
4. реакції-характеристики – 33 (7%);
5. реакції-словосполучення – 31 (6.6%);
6. синтаксичні – 19 (4%);
7. означальні – 15 (3.2%);
8. реакції-коментарі – 12 (2.5%);
9. фонетичні – 3 (0.7%).

Загальна таблиця кількості реакцій за типами асоціативних зв'язків у категорії фанатів:

1. категоріальні – 197 (40%);
2. реакції-словосполучення – 63 (12.8%);
3. ремінісцентні – 54 (11%);
4. персоналії – 51 (10.4%);

5. реакції-характеристики – 45 (9.2%);
6. синтаксичні – 40 (8.1%);
7. означальні – 33 (6.7%);
8. реакції-коментарі – 9 (1.8%);
9. фонетичні – 0 (0%).

Асоціативне ядро сучасного соціалекту звичайних уболівальників складається з назв клубів (більшість з яких – іноземні): *«Ліверпуль» (15), «Динамо» (10), «Барселона» (10), «Шахтар» (7), «Мілан» (7), «Реал» (5), «Манчестер Юнайтед», «Баварія» (3)*, а також онімів суб'єктів і об'єктів футболу – *Роналду (11), Шевченко (5), Гвардіола (5), Срна (5), Мальдіні (5), Ліга чемпіонів (5), Мессі (4), Бразилія (4), Роберто Карлос (3), Ван Дейк (3)*. Ядерну зону формують футбольні терміни та основні поняття з контексту війни: *гол (10), фінал (6), нічия (6), перемога (5), форвард (5), півзахисник (4), 4-3-3 (4); війна (7), військовий (6), ворог (6), ЗСУ (4), БТР (2)*. На ближній периферії розташовані міжгалузеві поняття, які охоплюють різні сфери: *канал (6), атака (3), стратегія (3), швидкість (3), оборона (2), поразка (2)*. До дальньої периферії зараховуємо всі інші загальноновживані слова: *правий (4), лідер (3), сум (3), прикрість (2), небезпека (2), ейфорія, розпач, розчарування, щастя, принциповість, надійність*.

Асоціативне ядро сучасного соціалекту фанатів складають лексеми з військового контексту та символічні для України оніми, найпопулярніші з яких: *Україна (13), «Динамо» (11), Шевченко (8), військовий (8), ворог (8), атака (6), контрнаступ (4), танки (4), Лужний (4), «Шахтар» (3), війна (3), підрозділ (3), стратегія (3), ракети (3)*. Ядерна зона представлена міжгалузевими й загальноновживаними поняттями, які є релевантними і для футбольної сфери: *лідер (7), майстерність (6), поразка (6), відповідальність (4), перемога (4), оборона (4), швидкість (4), група (4), радість (4), місце розташування (3)*. На ближній периферії сфокусовані назви футбольних команд та термінів: *«Баварія» (6), «Ліверпуль» (4), «Барселона» (4), «Манчестер Юнайтед» (3), Бразилія (2), Німеччина (2); гол (5), 4-4-2 (3),*

футбол (3), хет-трик, вінгер, лівий хав, дербі, фінішер. Дальня периферія сформована з онімів іноземних футболістів, більшість з яких вже завершили кар'єру: Роберто Карлос (2), Роналду, Мессі, Роналдіньо, Ель Каддурі, Буффон, Террі, Мальдіні.

Зведений з двох категорій список найчастотніших реакцій: *«Динамо» (21), Україна (19), «Ліверпуль» (19), гол (15), «Барселона», військовий (14), ворог (14), Шевченко (13), Роналду (12), «Мілан» (11), «Шахтар» (10), війна (10), лідер (10), нічия (10), фінал (10), «Баварія» (9), атака (9), канал (9), перемога (9).*

2.3. Жаргони звичайних футбольних уболівальників і фанатів: мовні відмінності споріднених соціальних груп

Сегмент жаргонів є одним з центральних у футбольному соціолекті, однак з огляду на свою напіввідкритість і вузьку спеціалізацію він водночас залишається й найменш доступним для людей поза конкретним контекстом і потребує глибшого аналізу. Саме тому задля кращого розкриття і розуміння обраного соціолекту окремий підрозділ присвячуємо найуживанішим та найхарактернішим жаргонізмам футбольних фанів, їх тлумаченню та прикладам вживання. Традиційно розрізняємо групи звичайних уболівальників та футбольних фанатів.

Перша категорія фанів послуговується насамперед дієслівними образними одиницями на позначення тематичних ігрових дій та процесів. Це пов'язано з тим, що багато уболівальників не лише дивляться футбол і виконують функції спостерігача, а й самі є учасниками гри і переживають досвід футболістів хоч і на іншому рівні:

горіти – бути в критичній ситуації на футбольному полі; поступатися або опинитися під пресингом: *«Чомусь відразу думав, що ДК програє. Видно мотивації не було, хоча коли горіли 3:0, то нервувалися і злилися, що трохи не стикується з відсутністю мотивації»* (Дмитро, telegram «Бомбардир», 22.09.2021);

возити – тотально перевершувати і домінувати над суперником: *«Возити реал на бернабеу і сидіти автобусом проти Ференцвароша на НСК - це зовсім різний рівень»* (Oleg Rykhal, telegram «Бомбардир», 17.05.2022);

привозити – припускатися серйозної помилки, яка призводить до небезпечного моменту або голу: *«Якщо чесно то Миколенко і привіз гол Евертону, його на замасі Марец піймав і відав нас Голанду»* (М.В., telegram «Бомбардир», 31.12.2022);

поплисти – втратити впевненість у власних силах, що призводить до помилок: *«Дуже хороший матч. В кінці Топалов поплив мали отримувати залізні 2 м'ячі через нього і в результаті на 3 раз – гол»* (Влад, telegram «Бомбардир», 09.03.2023);

злити – навмисне програти, нерідко з метою отримання грошей: *«Таке враження що злили гру на канторку. Мали бити реал 0:3 або 1:4»* (Костянтин Цимбал, telegram «Бомбардир», 06.10.2022);

ловити метелика – очевидна помилка воротаря; пропустити необов'язковий курйозний м'яч: *«Зловив метелика! Коваль пропустив курйозний гол у Саудівській Аравії»* (Sports.ua, 07.02.2021);

відскочити – уникнути поразки/здобути перемогу в матчі, який повинен був закінчитися гіршим результатом: *«Відверто кажучи - відскочили... За моментами Селтіка - ця нічия за щастя. В Глазго буде взагалі без шансів...»* (Олексій, telegram «Бомбардир», 14.09.2022);

вийти на побачення/віч-на-віч – ситуація, коли атакуючий гравець опиняється перед самим голкіпером: *«Георгій Судаков розрізною передачею дозволив вийти на побачення з голкіпером Михайлу Мудрику»* (Суспільне, 14.09.2022);

малювати – видавати одне за інше; хитрувати: *«Суддя "намалював" пенальті для Дніпра-1: Ротань пішов розбиратись та отримав вилучення»* (sport.24tv.ua, 11.05.2023);

маринувати – утримувати футболіста, не даючи йому грати або розвиватися: *«Ти справді думаєш що Артета візьме гравця за 100 млн і буде його*

маринувати на банці?» (Андрій, telegram «Бомбардир», 05.01.2023);

сидіти на банці – перебувати в запасі/на заміні:

«Так а чого ви очікували? Мудрик себе погано показав тепер буде сидіти на банці поки не почне дійсно показувати гру» (Neiron, telegram «Бомбардир», 07.03.2023);

класти банку – відзначатися голом, найчастіше гарним ударом:

«Він тільки спостерігав як Сака вліпив банку» (Олександр, telegram «Бомбардир», 01.03.2023);

ставити автобус – грати за дуже захисною тактикою, захищатися всією командою дуже низько: *«Непогано грали, але суперник весь матч стояв ззаду, оборонявся. Це була їхня мета – просто поставити "автобус"»* (Шапаренко, champion.com.ua, 19.08.2021);

об'їжджати на велосипеді – дуже швидко бігти; обганяти суперника: *«Біжить правий захисник, втікає від Гонсалеса, взагалі, як на велосипеді»* (Циганик, «Профутбол», 02.08.17).

Водночас жаргон футбольних уболівальників багатий на оніми, що позначають суб'єкти з певними характеристиками. Передовсім це пов'язано з варіативністю футбольних ролей, властивостей і якостей, а також з підвищеною емоційністю, специфічною уявою та винахідливістю суб'єктів футболу, які під час та після гри перебувають у стані збудження, що стимулює асоціативне мислення:

дерево – дуже нетехнічний футболіст: *«А що першим бразильцем був brandao? Коли його продали у Марсель я ржав як кінь. Не міг повірити що за таке дерево можна ще отримати гроші»* (Kudrllingwood, telegram «Бомбардир», 21.08.2022);

труп – футболіст/команда, що грає дуже погано: *«Трупи, а не футболісти. Якщо раптом футболісти Динамо Київ це читають, то до Вас питання, чи не соромно так грати?»* (Munio, telegram «Бомбардир», 20.10.2021);

джокер – футболіст, який виходить на заміну і робить результативну дію/рятує команду: *«Найкращий джокер все ж таки Сульшер»* (Олексій, telegram «Бомбардир», 26.01.2023);

біст – з англійською beast – звір, дуже гарний гравець: *«У ПСЖ вистачає бістів, тому це не проблема»* (Хан, telegram «Бомбардир», 13.12.2022);

диспетчер – центральний півзахисник, через якого йде майже вся гра команди; ключова позиція на полі з великою кількістю функцій:

«Серце Челсі, диспетчер Челсі, пожежний Челсі - Френк Лемпард!» (Іван Качура, sport.ua, 05.04. 2023);

собака – дуже непоступливий гравець, який активно бореться і «вигризає» м'ячі: *«Давідс - той ще собака, м'яч вигризе разом з ногами. Їх пара з Зеєдорфом в Нідерландах на зламі віків - явище незабутнє й до сьогодні»* (Денис Юдінков, tribuna, 07.01.2019);

стовп – габаритний потужний нападник, який завдяки своїй антропометрії заволодіває м'ячем і віддає його партнерам: *«Подивися хто в ДК забиває)) ті, хто здатен протягнути м'яч, обігратися з партнером. В той час як Бес є стовпом, на якого потрібно постійно накидувати»* (dude383, telegram «Бомбардир», 12.10.2022);

кришталь – дуже травматичний футболіст: *«Прийнято вважати, що Ар'єн Роббен не реалізував себе на “Стемфорд Брідж” – виконавця постійно переслідували травми, внаслідок чого приклеївся прикрий ярлик “кришталь”»* (brfootball, 08.08.2020);

дельфін – футболіст, який навмисне пірнає, імітуючи фол і намагаючись заробити пенальті/штрафний: *«Стерлінг Герой? Дельфін хіба що»* (Максим, telegram «Бомбардир», 17.07.2021);

фізрук – тренер з недостатньою кваліфікацією, який працює за примітивними, застарілими шаблонами: *«Та Поттер фізрук. Я хз чого з нього роблять топ тренера»* (dude383, telegram «Бомбардир», 21.01.2023);

дірка – воротар, який пропускає багато м'ячів: *«А Мартінес забув від кого пропустив 4 м'ячі? Ця дірка не відбила жодного разу, коли Мбаппе забивав йому з пенальті»* (Олексій Кагарлицький, telegram «Бомбардир», 21.12.2022);
мертва команда – слабка команда; команда, яка грає погано і навіть не створює передумови для позитивного результату: *«Кому це мертво Дніпро і треба? Вони ж нулячі»* (Orest Shegda, telegram «Бомбардир», 12.03.2023).

Дуже популярні в мові любителів футболу опредметнені поняття з об'єктним значенням. Їхнє різноманіття та стилістична маркованість нічим не поступається вищезгаданим жаргонізмам. Проте вони є іменниковими лексемами на позначення об'єктів та процесів футболу:

мертвий м'яч – гол, запобігти якому не було шансів;

«Яцик пробивав здалеку, але воротар спіймав м'яча, з близької відстані мав забивати Горбач, але голкіпер здійснив ефектний сейв, парирувавши фактично «мертвий» м'яч» (1927.kiev.ua, 12.05.2023);

торба – 1) невтішний підсумок; 2) багато пропущених голів: *«Якщо вийде основа Роми шахтарю торба 5-0»* (Volodymyr Velukiy, telegram «Бомбардир», 23.07.2022); *«Безглуздо їхати у якесь місто і виходити на матч, думаючи, як би нам повну торбу не набили»* (Худжамов, ukrinform.ua, 28.10.2013);

більярд – ідеальний за точністю удар під стійку: *«Більярдний удар в один дотик у виконанні Лонвейка. Гол у роздягальню є»* (tribuna, 06.02.2023);

сухий лист – гол прямим ударом з кутового: *«Швед забив божевільний "сухий лист" прямим ударом з кутового»* (sport.24tv.ua, 16.07.2022);

гірчичник – жовта картка; попередження: *«А чому Зіна Хетчбек не отримав гірчичник?»* (Влад Довженко, telegram «Бомбардир», 05.06.2022);

сухар – матч команди (воротаря) без пропущених голів: *«Перший "сухар" Буцана у збірній вийшов по-справжньому блискучим»* (football.ua, 14.10.2020);

бетон – надійний захист: *«Федецький: В Ювентуса не оборона, а бетон»* (football.ua, 03.06.2017);

залізо/залізний – беззаперечний, стовідсотковий: *«Жирона це не Севілья, Циганков буде залізним гравцем основи»* (Віталій, telegram «Бомбардир», 18.01.2023);

дев'ятка – 1) верхній кут воріт; 2) форвард: *«Як Фред ідеально влучив у дев'ятку в матчі з Олександрією»* (sport.ua, 12.08.2017); *«Було очевидно, що у нас не було "дев'ятки", яка б могла змінити ситуацію»* (Хайнер, football.ua, 20.04.2023);

шістка – 1) нижній кут воріт; 2) опорний; центральний півзахисник, який більше грає на оборону: *«"Манчестер Сіті" вдалося зрівняти цифри на табло завдяки точному удару Де Брюїне на 67-й хвилині: бельгієць гарматою поклав м'яч у ліву "шістку"»* (unian.ua, 09.05.2023); *«Тривалий час роль "шістки" на "Етіхад" виконував Яя Туре, який переїхав зі стану "синьо-гранатових" в Англію якраз через Пена»* (NewWestMedia, tribuna, 13.11.2018);

по горобцях – дуже неточний удар, який зазвичай проходить дуже високо від воріт: *«Вписати своє ім'я в протокол зустрічі йому вдалося лише з негативного боку, адже удар Ріманна прийшовся "по горобцях"»* (tsn.ua, 08.11.2021);

пожежа – хаос, неконтрольована гра в захисті команди: *«На 24 хвилині чергова пожежа у штрафній "Шахтаря", коли після помилки П'ятова на виході, пробивав Амброзіні, але Андрій встиг повернутися у ворота і забрати м'яч в руки»* (pravda.com.ua, 25.10.2007);

на сигареті – грати, не докладаючи особливих зусиль: *«Данія на сигареті»* (Олексій, telegram «Бомбардир», 22.11.2022);

на одній нозі – економити сили; грати, не докладаючи належних зусиль: *«Думали, що на одній нозі обіграємо "Металург" - ось такий результат»* (Маркевич, football24ua, 29.07.2012);

група смерті – набір/зосередження сильних суперників в одній групі:

На жеребкуванні Ліги чемпіонів «Динамо» дісталася «група смерті» (megogo.net.ua, 13.09.2021);

похорон – поганий підсумок; відсутність шансів: *«На жаль, шахтар далі вилетить. вони цей матч ледве витримали. пощастило, що рахунок не 1:4 як мінімум, а на виїзді це буде просто похорон шахтаря»* (A.S.__, telegram «Бомбардир», 09.03.2023);

стінка – 1) захисна побудова команди, що захищає ворота під час штрафного удару суперника; 2) швидкий обіграш між собою партнерів по команді: *«Франція заробила штрафний, але Бензема пробив з нього у стінку»* (football24ua, 07.09.2021); *«Спершу на 53-й хвилині Владислав Ванат зіграв у стінку з Беніто та переграв воротаря одеситів»* (tsn.ua, 13.05.2023); **договірняк** – договірний, нечесний матч; поєдинок, щодо результату якого сторони домовилися ще заздалегідь: *«Циганков зіграв в каталонському дербі, що було дуже схоже на договірняк»* (komandaonline.com, 10.04.2023).

У жаргоні футбольних фанатів можна виділити ті самі три підгрупи жаргонізмів, що й у мові звичайних уболівальників (дієслівні, іменникові суб'єктні та іменникові об'єктні поняття). Проте тематично фанатський жаргон відрізняється від мови любителів футболу. Насамперед йдеться про наявність великої кількості навколофутбольних лексем та висловів, частина з яких має кримінальне походження:

мусарня – відділ поліції: *«Хлопці ще просиділи кілька годин в мусарні»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

двіж – група фанатів однієї команди: *«Мусора всіх їх [російських ультрас] загнали й защемили, вони не змогли їм дати відсіч, хоча, здавалося, що в Росії великі двіжі, особливо в Москві, але вони нічого не змогли зробити, система їх просто зламала»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

махач – це бійка за участі фанатських угруповань: *«Усе почалося з потягу: ми вийшли і почався махач з мусорами»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

забивон – масова бійка, спланована заздалегідь фанатами двох чи більше фірм, які представляють різні клуби:

«Влітку 2016 два забивони з конями, божевільні бійки, рубилово максимально жорстке, обидві перемоги за нами» (Гієна, youtube-канал «Профутбол Digital»);

виїзд – поїздка на виїзний матч рідної команди в інше місто чи країну: *«Я катаюсь на виїзди з 2001 року, і коли ми починали їздити, це була угарна ситуація, угарний двіж»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

фаєр/фаєр-шоу – піротехнічний засіб; факел, вогонь, який фанати розпалюють прямо на стадіоні чи за його межами: *«Я тоді забрався на дах стадіону і підпалив фаєр»* (Маляр, youtube-канал «Бомбардир»);

тема – щось цікаве, що заслуговує на увагу: *«Я фанат, ми б'ємо один одному обличчя, це не наша тема»* (Шпон про кримінал, youtube-канал «Бомбардир»);

фірма – угруповання радикальних футбольних фанатів: *«Коли ми збиралися одним об'язком, коли в Динамо був один двіж, який збирав 100-150 бійців, на той час у Москві було вже більше 10-15 фірм у «м'яса», у «коней»»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

общак – всі угруповання (фірми), які підтримують один клуб: *«Потрібно буде забути про все, що було, перегорнути аркуш, історію і ходити всім на один сектор, розвиватися, бути сильними, один одному допомагати, проводити спільні тренування, робити повноцінний общак, який був, а всі поділи залишити в стороні»* (Гієна, youtube-канал Профутбол Digital);

склад на склад – один з типів махачів, коли б'ються за принципом «всі на всі», не зважаючи на різницю в кількості; **кількість на кількість** – махач з фіксованим однаковим числом бійців (50 на 50, 100 на 100 і тд): *«Ми не можемо битися «кількість на кількість», ми будемо битися «склад на склад»»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

фейр-плей – махач фанатів з дотриманням правил, без використання заборонених предметів: *«Коли ми починали їздити на виїзди, там взагалі про спорт не було мови, тоді в бійках не було якогось феєр-плей, пряги, були пляшки, всяке лайно, яке ти можеш підняти з підлоги, все йшло в хід, це був хардкор»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

лісні теми – організований забивон між фанатами на віддаленій від людей місцевості, зокрема в лісі: *«Лісні теми ніхто не забув. Одними з перших «лісні теми» почала пропонувати «Сегедка», Чорноморець Одеса»* (Гієна, youtube-канал «Профутбол Digital»);

чисті руки – махачі фанатів на голих кулаках без застосування зайвих предметів: *«Серби і в навколофутбольному плані гниленькі – ножі, труби, біти, тобто немає ніяких принципів чистих рук»* (Гієна, youtube-канал «Профутбол Digital»).

У дієслівних одиницях фанатського жаргону можна найчіткіше простежити риси «вуличного» сленгу та кримінального жаргону:

заряджати/заряд – один з видів активної підтримки на стадіоні; кричати, скандувати: *«У Дніпрі розгорнули банер і почали заряджати»* (Пейчев, youtube-канал «pressing»);

шманати/шмон – обшукувати; ретельна перевірка фанатів службами стадіону на наявність заборонених предметів перед проходом на стадіон: *«Я кажу пацанам: «Навіщо нам чекати, коли нас мусора пропустять? Давайте залізем і підемо собі спокійно». Так і зробили. Перелізли, щоб не чекати, поки нас прошманоють»* (Маляр, youtube-канал «Бомбардир»);

накрити – спіймати, підловити: *«Усі роки ми думали, як накрити коней»* (Гієна, youtube-канал «Профутбол Digital»);

петляти – уникати чогось, виляти: *«Полювання на коней велося дуже багато разів, їм просто щастило, вони багато петляли»* (Гієна, youtube-канал «Профутбол Digital»);

ходити на сектор – відвідувати фанатську трибуну: *«Ти теж ходив на сектор і був в угрупуванні «Братія»»* (Бебех, youtube-канал «Бомбардир»);

приймати – затримати за щось: *«Коли ми збиралися сідати в автобус, нас прийняли «Беркут»»*. (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

ганяти – підтримувати когось: *«З одного міста одні ганяють за одних, другі за третіх, цього вистачає всюди у всьому світі»* (Гієна, youtube-канал «Профутбол Digital»);

від'їжджати – втрачати свідомість, помирати: *«На кожному матчі присутні наглядачі, які стежать, колись хтось «від'їжджає», їх задача вивести цю людину з бійки»* (Вишня, youtube-канал «pressing»);

вирубати – приводити людину в стан нокауту, безпорадності: *«Мене вирубали – раз і я десь у піску встав, мене вирубали – і я в автобусі, мене вирубали – і десь на асфальті валяюсь»* (Гієна, youtube-канал «Профутбол Digital»);

вписатися/вписка – безкоштовно незаконно проїхатися в транспорті: *«Їхали з матчу на поїзді, всі вписалися... А одного хлопця помітили»* (Буревісник, youtube-канал «pressing»).

Суб'єктні поняття найповніше реалізовані в прізвиськах (переважно відонімних та символічних), якими фанати називають фанів/хуліганів/представників інших клубів/фірм або решту осіб, з якими доводиться перетинатися:

мусора – поліцейські: *«Була дуже аху*вша бійка з мусорами на секторі, після чого нас прийняли і дали по 5 суток»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

скаут – фанат, відповідальний за розвідування місцевості, куди повинна приїхати група фанатів: *«Ті люди, які розбираються в навколо футболі, розуміють, що в нас були і шпигуни свої, і скаути, і секрети розкладали, і планували»* (Філя, youtube-канал «Бомбардир»);

тигр – безстрашний і відважний боєць: *«Walli каже, що з приводу технологій, ми воюємо, як неандертальці, а з приводу нашого духу і всього українського народу він каже, що ми тигри п*здець»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

хуліганьйо – зменшувальна збірна назва фанатів: *«Вони розуміли, що ми «хуліганьйо» і відношення до нас було таке собі»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»);

харьки – «Металіст» Харків: *«З харьками взагалі окрема історія. Вони зараз нашими найкращими друзями стали»* (Рієлтор, youtube-канал «SportArena»);

хохли – фанати «Динамо» Київ: *«Бувало збиралися хохли, дніпряни, ще хтось і починався вечір цікавих історій... розбір польотів за всю історію двіжа»* (Гімлі, «Хоробрі серця.

Ультрас», 2+2);

дніпряни – «Дніпро» Дніпро: *«Дніпряни вони завжди дніпряни: бешкентники з Дніпра знайомі всім, від Заходу до Сходу, бо в них нема лайна в серцях, козацького всі роду»* (Усик, youtube-канал «SportArena»);

коні, армійці – «ЦСКА» Москва, «ЦСКА» Київ [ЦСКА – Центральний спортивний клуб армії]: *«Раніше більше спілкувався з конями, там були якісь знайомі, друзі, але після того як вони завалили **ало і нічого не сказали...з такими людьми немає бажання спілкуватися»* (Бебех, youtube-канал «Бомбардир»); *«Наші українські армійці їздили в Москву на матчі з «Ромою», «Реалом» і виїзні теми, і це не дуже тепло сприймалося в нашому навколо футбольній спільноті»* (Корицький, youtube-канал «Профутбол Digital»);

м'ясні, м'ясо, спартачі – «Спартак» Москва: *«На той час у Москві було вже більше 10-15 фірм у «м'яса», у «коней»* (Шпон, youtube-канал «Бомбардир»); *«Спартачі кажуть, що Пушок – кретин, до куди дійшла копійка, так і загинув»* (Чилі, youtube-канал «Бомбардир»);

динаміки – «Динамо» Москва, **торпедики** – «Торпедо» Москва: *«Після того як киян жорстко накрили в Москві, причому там були всі: і динаміки, і*

торпедики, і коні, і м'ясні, всі разом. Ми про це дізналися і перший же приїзд Динамо Москва сюди – зустріли, як треба, на гоп-стопі поїхали в одних трусах ці москвичі з набити мордами» (Усик, youtube-канал «SportArena»);
кроти – «Шахтар» Донецьк: *«У АТО "кроти" успішно випалюють вату, ну а на матчі з "Сельтою" обмежилися "денерівською" ганчіркою»* (facebook Ultras Hearts);

бомжі – «Металург» Запоріжжя, «Зеніт» Санкт-Петербург: *«Сірі завели нас за ще одну сітку й почали виводити з гостьової клітки бомжів»* (wglife.com.ua, 08.09.2009); *«Пітерський «Зеніт» так багато людей називало «бомжами», що прізвисько пройшло крізь десятиліття за командою»* (koshachek.com);

шматок лайна – «Дніпро-1» Дніпро: *«Усі прекрасно знають, що в місті є один клуб – «Дніпро», і жоден фанат не поведеться замінити свій клуб шматком лайна»* (Чорт, youtube-канал «SportArena»); *«Оле-ола, ск – кусок говна, нет традиций, нет фанатов, только желтая ху*ня»* (фани «Дніпра», youtube-канал «SportArena»);

Назви фанатських фірм/рухів/секторів і їхніх представників:
«WBC» (White boys club), «Родичі – ультрас «Динамо» Київ: *«На Олімпійському весь двіж біло-синіх розділений на дві частини: є сектор WBC, є 21 сектор, блок Родичі»* (Корицький, youtube-канал «Профутбол Digital»);

«Сегедка» – фанати «Чорноморець» Одеса: *«100 на 100 битися це класно, кайф, просто кайф або 30 на 80 з Сегедкою»* (Філя, youtube-канал «Бомбардир»);

«КСР» (Kharkiv City Patriots) – фірма «Металіст» Харків: *«Ти навіть бився за КСР, проти Динамо»* (Бєбєх, youtube-канал «Бомбардир»);

«Школа» – фірма «Спартак» Москва: *«Зараз «школьничок» один загинув, який приїжджав у Харків»* (Чилі, youtube-канал «Бомбардир»);

Редіс, Сатана, Гієна, Шпон, Декстер, Філя – фанати «Динамо» Київ: *«Редіс – ультрас «Динамо» з угруповання «Альбатрос»»* (Апельсинова кава, tribuna,

27.06.2022); *«Написали в газеті «Встановлено особи Сатани, Гієни, Шелві», ми були в розшуку, а потім усе вирішилося»* (Бєбєх, youtube-канал «Бомбардир»); *«Ультрас Динамо «Декстер»: Змиритися з призначенням Луческу, це як попросити вибачення у Путіна»* (ua-football, 31.07.2020); *«Шпон – один з найвідоміших фанатів України, один з топ-бійців фан-руху «Динамо» Київ і ватажок фірми Terror Family»* (Бєбєх, youtube-канал «Бомбардир»); *«Сказав Філя, що звалив пам'ятник Леніна і думав «Блін, ну це перемога», але коли він побачив твоє відео з цим ціпком, він зрозумів, що ти двіжанув сильніше»* (Бєбєх, youtube-канал «Бомбардир»);

Маляр – фанат «Дніпра»: *«Ніколи в житті Маляр не міг дати задню»* (Бєбєх, youtube-канал «Бомбардир»);

Чилі – фанат «Металіст» Харків: *«З повномасштабним стартом війни генпрокурор Венедіктова оголосила, що Чилі виходить на волю, щоб захистити рідну землю»* (Бєбєх, youtube-канал «Бомбардир»).

Останньою і найяскравішою частиною соціолекту футбольних фанатів є заряди, гасла та пісні, які вже понад 40 років влучно реагують на різні суспільно-політичні події в країні і є дуже актуальними в контексті російсько-українського протистояння.

У СРСР це були кричалки, спрямовані проти російських клубів: *««Спартак»? Такой команды нет, Есть только мясо для котлет!», «Где московское «Динамо»? Посмотрите, с дерьмом яма, Вот московское «Динамо»!», «Да кто там ваш «Зенит»? В Союзе знаменит...Ваш «Зенит» яйцами звенит!», «Кто родился от соседа, тот болеет за «Торпедо»!», «У кого жена треска, тот играет в «ЦСКА»!», «Бей, бей москалей!».*

*«Ты можешь болеть за московский «Спартак», а можешь болеть за коней, но лучше болеть за днепровский «Дніпро», а то отгребешь пи**юлей.*

Скажи мне, чему ты рад? Мясной обыграл Кайрат, мясной обыграл Арарат, постой, оглянись назад и ты увидишь, как вянет листопад и вороны кружат там, где раньше был московский клуб «Спартак».

Ты стал мясником, и дрогнула тьма, хотел ты весь мир покорить, но

всех мясников ожидает тюрьма, кого ты хотел удивить?

*Ты можешь носить красно-белое «С», ты можешь наклейки носить,
и то, и другое топтал я не раз, кого ты хотел удивить?*

Мо-сков-ский ша-шлык – рубль двадцать, балык

*Ар-мей-цы Москвы – голубые дали... Мы такие дали на х*ю видали!», –*
(Усик, youtube-канал «SportArena»).

В останні десять років після початку російсько-української війни основна частина антиросійських зарядів спрямована безпосередньо проти Росії, її політиків та маріонеток і виконується українською мовою. Крім відомого на весь світ хіта «Путін х*йло», неодноразово на українських стадіонах лунали: *«Хто не скаче, той москаль!», «Нехай Москва лежить в руїнах ,та нам на це начхати! За нами вся велика Україна, і ми підтримуєм Карпати!»* (ультрас «Карпат»), *«Автомийник Моторола жив у чужій хатині, підірвали його в ліфті – Слава Україні!»* (ультрас «Динамо» після вбивства ватажка підрозділу так званої «ДНР» «Мотороли»), *«Жирний сепар Ігорьок їхав на машині, підірвався на фугасі – Слава Україні!»* (ультрас «Динамо» після замаху на ексочільника так званої «ЛНР»), *«У Москві дісталась куля Жиліну скотині, "Вітерець" розніс по світу "Слава Україні"»* (ультрас «Динамо» після вбивства лідера сепаратистської організації «Оплот» Євгена Жиліна), *«Слава Киевской Руси – Новороссия, со*и!»*, *«Якщо прийдуть ординці, із трибун у поля підемо воювати, бо це наша земля»* (ультрас «Динамо»).

А також популярними на фанатських секторах стали українські патріотичні пісні: *«О Україно!»* (*О Україно, о любя ненько, тобі вірненько присягнем. Серця кров і любов, Все тобі віддати в боротьбі, За Україну, за її волю, За честь, за славу, за народ*), *«Гей, Січ іде!»* (*Гей, Січ іде, Красен мак цвіте! Кому прикре наше діло – Нам воно святе*), *«Жовто-блакитні наші прапори»* (*Жовто-блакитні Наші прапори, Ми не переможні, Шаблі до гори! Буде Україна вільна, Буде ненька самостійна, Москалів на ножі, На ножі*).

Висновки до другого розділу

У ХХІ столітті фанатський рух в Україні зазнав значних змін і суттєво еволюціонував від маргінальної в очах суспільства субкультури до надійної опори і рушійної сили в боротьбі за незалежність і свободу країни. Тривалий час фанати футбольних клубів загартовували дух, жорстко ворогуючи між собою різними способами, однак під впливом суспільно-політичних подій в державі, у найважливіший момент об'єдналися заради спільної мети. Усе це позначилося і на соціолекті, де футбольний сегмент лексики почав усе більше переплітатися з суспільно-політичним та військовим. Головними позалінгвальними чинниками стали справа Павліченків, Революція Гідності, фанатське перемир'я і війна з Росією.

Зміни в соціолекті засвідчив і проведений нами асоціативний експеримент, результати якого продемонстрували, що більшість реакцій фанатів пов'язані з контекстом війни і репрезентують військову та загальноновживану лексику. Водночас у відповідях звичайних уболівальників зі значною перевагою домінує футбольна лексика, насамперед номенклатура. Приклади жаргону ж показали, що спеціальна мова звичайних уболівальників має суто футбольний характер, тоді як жаргон фанатів дотикається інших сфер, часом нагадуючи кримінальний жаргон або «вуличний» сленг.

Водночас у своїх зарядах на стадіонах і за їхніми межами фанати регулярно висловлювали громадянську позицію, виражали незмінно принципове ставлення до Росії та всього проросійського і реагували на суспільно-політичні події в Україні, тим самим розширюючи межі всього соціолекту.

ВИСНОВКИ

Проаналізований матеріал дає змогу схарактеризувати соціолект футбольних уболівальників як розгалужену, багатогранну і складноструктуровану систему. Враховуючи критерії розрізнення соціолектів і функційно-семантичні характеристики вболівальницького лексикону, можна стверджувати, що специфічна мова футбольних уболівальників належить до жаргонного типу з незначними вкрапленнями сленгу. Підтвердженням цього є середній ступінь відкритості/проникнення лексичної підсистеми, порівняно велика кількість носіїв соціолекту, які водночас обмежені чітким спеціалізованим (футбольним) спрямуванням.

Увесь соціолект варто розглядати, виокремлюючи дві категорії його носіїв (вболівальників), – звичайні уболівальники (любителі футболу) та фанати (проактивні вболівальники). Кожна група має свої особливості жаргону, однак спільну основу соціолекту становить мова спеціального призначення – футбольна лексика. У групі звичайних уболівальників вона суттєво домінує над міжгалузевою, екстрагалузевою та загальноживаною лексикою. Фанати послуговуються футбольною лексикою рідше за любителів футболу, водночас більше вживаючи терміни з інших сфер, зокрема військової та суспільно-політичної. На таку тенденцію насамперед вплинули позалінгвальні чинники, пов'язані з важливими історичними подіями в Україні останнього десятиліття – Революція гідності та російсько-українська війна.

Одним із найважливіших і найдискусійніших питань футбольного соціолекту є класифікація спеціальної лексики. Досі не розроблено ідеальної моделі диференціації та упорядкування цього сегмента лексики. Доцільним вважаємо врахування таких принципів: збалансована кількість класів і типологічних груп, дотримання принципу класифікаційної чистоти, максимальна релевантність номінацій до актуальних реалій, врахування особливостей усіх категорій уболівальників. Зважаючи на ці зауваги, найоптимальнішим варіант структуризації мови спеціального призначення

передбачає поділ усієї футбольної лексики на три основні класи (терміни, номенклатура та професійні жаргонізми), кожен з яких представлений власними тематичними групами, підгрупами та мікрогрупами.

Категорія «Терміни» містить групи «Суб'єкти футболу», «Ігровий процес» та «Позаігрові поняття». «Номенклатура» охоплює власні назви команд, окремих суб'єктів футболу, змагань, організацій, стадіонів, протистоянь та фанатських угруповань. Категорію «Професійні жаргонізми» поділяємо на «Розмовні терміни» (емоційно-забарвлені назви різних понять) та «Футбольні прізвиська» (неофіційні назви суб'єктів та об'єктів футболу).

Результати проведеного асоціативного експерименту серед 50 футбольних уболівальників продемонстрували, що фанати менше зосереджені на футболі (136 з 492 відповідей, 27%), ніж на суспільно-політичному й військовому контексті (26% лексики військової тематики і 47% між- та екстрагалузової лексики), тоді як переважна більшість реакцій звичайних фанів (258 з 472, 55%) пов'язані з футболем (з яких 42% – футбольна номенклатура). За типами асоціативних відношень між словами-стимулами і реакціями, в обох категоріях парадигматичні зв'язки переважають над синтагматичними: 437 (92.5%) проти 35 (7.5%) у категорії звичайних уболівальників і 419 (85%) проти 73 (15%) у фанатів. З підтипів асоціативних зв'язків у групі любителів футболу найкраще реалізовані категоріальні (131, 27.7%), персоналії (123, 26.1%) та ремінісцентні (104, 22.2%), а у фанатів категоріальні (197, 40%), словосполучення (63, 12.8%) та ремінісцентні (54, 11%) реакції.

Показові розбіжності у межах груп уболівальницької спільноти фіксуємо, зіставивши найхарактерніші приклади з класу жаргону. В обох категоріях виділяємо три основні підтипи жаргонізмів (дієслівні, іменникові суб'єктні та іменникові об'єктні поняття), проте у звичайних уболівальників домінують власне футбольні жаргонізми та професіоналізми, тоді як фанатський жаргон тяжіє до сленгу, маючи чимало слів і висловів, які активно побутують в інших сферах, насамперед кримінальному середовищі.

Загалом з-поміж основних особливостей мови любителів футболу можна виокремити такі:

- велика кількість онімів (офіційних та не офіційних назв клубів, футболістів та інших суб'єктів футболу);
- значна перевага футбольних термінів і понять над лексемами з інших сфер;
- охоплення всіх аспектів футболу, високий рівень зацікавленості світовим футболом;
- посередній рівень суспільно-політичної маркованості.

До головних характеристик мови фанатів належать:

- велика кількість термінів з інших сфер (насамперед військової);
- низька частота вживання номенклатури;
- зацікавленість насамперед українським футболом, невеликий інтерес до іноземних суб'єктів та об'єктів футболу;
- активне складання та використання зарядів, гасел та пісень, варіативність форм вираження думки;
- політизованість, спричинена високим рівнем громадянської відповідальності, національної ідентичності і суспільно-політичними подіями.

Найважливішою особливістю мови та життя українських футбольних фанатів загалом є зміна опозиції «свій – чужий» на «ми всі – українці». Раніше їхня мова була багата на обопільні образливі вислови, неприємні прізвиська та лексику, пов'язану з постійною ворожнечею і запеклими бійками. Проте з 2014 року, після активізації спільного ворога, усі сили, слова та вчинки українських футбольних фанатів спрямовані насамперед на боротьбу з країною-агресором. У 80-их вони давали словесну відсіч росіянам на трибунах, у «нульових» билися з ними в полях та лісах, а тепер зі зброєю в руках знищують окупантів на фронті в головному протистоянні за світле майбутнє України.

Список використаних джерел:

- 1) Александрова О.В. Варіативність соціолекту молоді [Текст] : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / наук. кер. Т. М. Корольова; ДЗ "Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського". – Одеса, 2015. – 242 с.
- 2) Балабін В.В. Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.16. Київ, 2002. 308 с.
- 3) Береговская Э. М. Социальные диалекты и язык современной французской прозы : [уч. пос. для слушателей спецкурса] / Эда Моисеевна Береговская. –Смоленск, 1975. –120 с.
- 4) Білас А. А. Відтворення арготизмів в українських перекладах французької художньої прози XIX –XX століть : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16 / Андрій Андрійович Білас. – Івано-Франківськ, 2006. – 245 с.
- 5) Близнюк К. Р. Асоціативні експерименти: валідність і лінгвістична інформація / Катерина Близнюк // Мовний простір слов'янського світу : тези доповідей V Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених / Національний університет "Києво-Могилянська академія". - Київ, 2019. - С. 37-40.
- 6) Боберський І. Забави і гри рухові. Часть III. Копаний мяч. Львів: Накладом Товариства «Сокіл», 1906. 38 с.
- 7) Богданова Т. О. Про роль мови в пізнавальній діяльності людини // Вісник Запорізького державного університету. – 2001. №3.
- 8) Бондалетов В. Д. Социальная лингвистика: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2101 «Рус. яз. и лит.» — М.: Просвещение, 1987.— 160 с.
- 9) Бримсон Д. Шалена армія. Зовнішність футбольного насилля / Д. Бримсон. — СПб. : 2005. С. 137-138, 142-145, 178.

- 10) Велика українська енциклопедія [Електронний ресурс] / Державна наукова установа "Енциклопедичне видавництво". – URL: https://vue.gov.ua/%D0%90%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82
- 11) Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. – Київ; Ірпінь: Перун, 2005. – VIII, 1728 с.
- 12) Горбач О.Т. Арго в Україні. Львів: Інститут українознавства ім.І.Крип'якевича НАН України, 2006. 688с.
- 13) Гумбольдт В. Избр. труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1984. – 397 с.
- 14) Етимологічний словник української мови: В 7 т. / АН УРСР. Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні; Редкол. О. С. Мельничук (головний ред.) та ін. — К.: Наук. думка, 1982.
- 15) Жирмунский В.М. Национальный язык и социальные диалекты. Ленинград: Художественная литература, 1936. 300 с.
- 16) Жирмунский В. М. Проблемы социальной лексики / В. М. Жирмунский // Изв. АН СССР. Сер. Лит. И яз. – М., 1964. – Т.23. – Вып. 2. – С. 99-112.
- 17) Йордан Й. Романское языкознание. Москва: Прогресс, 1971. 620 с.
- 18) Касаткин Л.Л. «Диалект». Лингвистический энциклопедический словарь. – Москва, 1990.
- 19) Кияк Т. Апологія лінгвістики фахових мов / Т. Кияк // Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. – Вип. VII/ [відп. ред. Л.О.Симоненко]. –К.: КНЕУ, 2007. – С. 18–21.
- 20) Кияк Т. Вузькогалузеві терміни як основа формування та квазіреферування фахових текстів / Тарас Кияк // Вісник Нац. ун-ту

- “Львівська політехніка”. Серія “Проблеми української термінології”. — 2008. — № 620. — С. 3–5.
- 21) Клименко О. Л. Поповнення словникового складу сучасної англійської мови з нелітературних підсистем: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 1999. 198 с.
 - 22) Кожевникова И. Г. Русская спортивная лексика : Структурно-семантическое отношение [Текст] / И. Г. Кожевникова. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2002. – 264 с.
 - 23) Колмикова А. Образ футбольного фаната та фанатизму — як семіотичний простір культури / А. Колмикова // Вісник Львівської національної академії мистецтв. - 2016. - Вип. 28. - С. 252-262.
 - 24) Копана: Association Football / після Осипа Кленки зладив В.Лаврівський. Зошит перший. Львів: З друкарні «У ділової», 1900. 18 с.
 - 25) Красовська К.В. Зв'язок концептуальної та мовної картин світу з етнічною ментальністю / К.В. Красовська // Культура народів Причорномор'я. – Симферополь: Межвузовский центр «Крым», 2009. – № 154. – С. 120-123.
 - 26) Кришко А. Ю. Вплив ідей Вільгельма фон Гумбольдта (1767–1835) на мовну освіту в Україні XIX – початку XX століття : монографія / А. Ю. Кришко., Н. М. Бріт. – Умань : ФПО Жовтий О. О., 2015. – 179 с.
 - 27) Кудрявцева Л. А. Словарь молодежного сленга города Киева. 2300 слов и выражений [текст]: учеб. пособ. / Л.А.Кудрявцева, И.Г.Приходько; под ред. Л.А.Кудрявцевой. –К.: Киевский нац.ун-тет им. Т. Шевченко, 2006. –198 с.
 - 28) Куранова С. І. Основи психолінгвістики : навч. посіб. / С. І. Куранова. — К. : ВЦ «Академія», 2012. — 208 с. — (Серія «Альма-матер»).
 - 29) Лавриненко О. В. Жаргон русскоязычного футбольного болельщика: системный и жанрово-коммуникативный аспекты

- [Текст] : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.02 / Лавриненко Олег Валентинович ; Днепропетр. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. - Днепропетровск, 2013. - 216 с.
- 30) Левицкий В. В. Семасиология / В. В. Левицкий. – Винница : Нова книга, 2006. – 512 с.
 - 31) Липатов А.Т. Сленг как проблема социолектики: монография. Москва: Элпис, 2010. 318 с.
 - 32) Макдэвид Р. И. Диалектные и социальные различия в городском обществе. Новое в лингвистике: Социолингвистика. Москва : Прогресс, 1975. Вып. 7. С. 363–381.
 - 33) Маковский М. М. Английские социальные диалекты (онтология, структура, этимология) : [уч.пособ.] / Михаил Михайлович Маковский –М. : Высшая школа, 1982. – 135 с.
 - 34) Мартос С. А. Сленг як складова молодіжної субкультури / С.Мартос // Південний архів. Філологічні науки: Збірник наукових праць. Вип.ХХІ. –Херсон: Видавництво ХДУ, 2003. –С. 111–114.
 - 35) Массина С.А. Профессионализация терминов в подъязыках разных типов [Текст]: автореф. дис. ...канд. філол. наук / С.А. Массина. — Саратов, 1991. — 14 с.18.
 - 36) Матвіяс І. Г. Українська мова і її говори : [монографія] / І. Г. Матвіяс; АН УРСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. – Київ: Наук. думка, 1990. – 161 с.
 - 37) Михайлова Т.В. Семантичні відношення в українській науково-технічній термінології: дис. ...канд. філол. наук: 10.02.01 “Українська мова” / Михайлова Т.В. — Х., 2002. — 218 с.
 - 38) Павлова О. Г. Терміни, професіоналізми і номенклатурні знаки (до проблеми класифікації спеціальної лексики) / О. Павлова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології». - Л., 2008. - № 620. - С. 49–54.

- 39) «Перед игрой болельщик на поле зарезал петуха — в УЕФА не поняли нашего юмора...» URL: <https://www.championat.com/football/article-4300465-fanaty-hajduka-iz-splita-pervaya-ultras-gruppirovka-evropy-vojna-diskvalifikacii-ot-uefa-bankrotstvo.html>
- 40) Півньова Л. В. Мова спеціального призначення як об'єкт лінгвістичних студій / Л.Півньова // Українська мова. –2014. –№ 4. –С. 117–125.
- 41) "Потяг до Освенциму": ультрас Ференцвароша встановили свої правила – хто підтримує Реброва і Ко? URL: https://football24.ua/potyag_do_osventsimu_ultras_ferentsvarosha_vstanovi_li_svoyi_pravila__hto_pidtrimuye_rebrova_i_ko_n546397/
- 42) Процик І. Р. Вербальне самовираження в субкультурі українських футбольних уболівальників / І. Процик // Мова і суспільство. - 2012. - Вип. 3. - С. 224–229.
- 43) Процик І. Р. «Зелено-білі наші кольори...»: кольороназви в соціолекті українських футбольних фанатів. Наук. вісник Східноєвропейського нац. ун-ту ім.Лесі Українки. Серія: Філол. науки. Мовознавство / гол. ред. Н.О.Данилюк. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім.Лесі Українки, 2014. No2(279). С.14–19.
- 44) Процик, І. Р. Мовна картина світу футбольних фанатів. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. 2015. III. -- С. 239–247.
- 45) Процик І. Р. Сучасні назви українських футбольних команд, мотивовані онімами. Типологія та функції мовних одиниць: наук. журн. / гол. ред. Н.М.Костусяк. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім.Лесі Українки, 2016. No2(6). С. 144–157.
- 46) Процик І. Р. Футбольна лексика у формальному та неформальному дискурсах: дис. ...д-ра філолог. наук : 10.02.01 / Процик Ірина Романівна. — Луцьк, 2020. — 788 с.

- 47) Процик І. Р. «Хохол народився –жид заплакав»: прізвиська футбольних команд та їхніх уболівальників в соціолекті українських футбольних фанатів. Наук. зап. Тернопільського нац. пед. ун-ту. Серія: Мовознавство. Тернопіль: Тернопільський нац. пед. ун-т ім.В.Гнатюка, 2014. Вип.2(24). С.214–219.
- 48) Процик І.Р. «Як кожен футболіст, мав своє прізвисько». Неофіційні найменування українських гравців, які виступали в футбольних чемпіонатах після відновлення незалежності України.Лінгвістичні дослідження: зб. наук. праць Харківського нац. пед. ун-ту ім.Г.С.Сковороди / відп. ред. А.В.Лепетюха. Харків: ХНПУ ім.Г.С.Сковороди, 2020. Вип. 53. С. 41–54.
- 49) Редько Є. О. Соціальні діалекти (арго, жаргон, сленг) : методичні рекомендації до міжфакультетської вибіркової дисципліни. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. 92 с.
- 50) Руденко М. Ю. Арго, жаргон і сленг у європейському й американському мовознавстві: історія і сучасний стан дослідження : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / Марина Юріївна Руденко; наук. кер. В. А. Глущенко; ДВНЗ "Донбаський держ. пед. ун-т"; Державний заклад "Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського". – Слов'янськ, 2019. – 270 с.
- 51) Руденко М.Ю. До питання про класифікацію соціальних діалектів. Наукові записки. Серія: Філологічні науки: зб. наук. праць / Кіровоградський дер. пед. ун-т ім.Володимира Винниченка; голов. ред. О.Семенюк. Кіровоград, 2016. Вип.145. С.65–70.
- 52) Руденко М.Ю. Специфіка дослідження загальнотеоретичних проблем жаргону в соціолінгвістичних студіях європейських та американських учених (XXст. – початок XXI ст.). Закарпатські філологічні студії: науковий журнал / Ужгородський нац. ун-т; голов. ред. І.М.Зимомря. Ужгород, 2018. №4, т.2. С.74–82.

- 53) Рылов А. С. Терминологическая система “Футбол” в русском языке: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Рылов Александр Станиславович. – Нижний Новгород, 1998. – 250 с.
- 54) Самые знаменитые хулиганы английского футбола. URL: https://ua.tribuna.com/tribuna/blogs/englishfootball/1443491/?utm_source=copy
- 55) Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: підручник. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.
- 56) Серебренников Б.А. Территориальная и социальная дифференциация языка / Б. А. Серебренников // Общее языкознание. Формы существования, функции, история языка. – М. : Наука, 1970. – 607 с.
- 57) Словник іншомовних слів. Тлумачення, словотворення та слововживання : близько 35000 слів і словосполучень / С. П. Бирик, Г. М. Сюта; за ред. С. Я. Єрмоленко. – Харків: Фоліо, 2005. – 623 с.
- 58) Смаль-Стоцький Р. Українська мова в советській Україні. Українське товариство ім. Шевченка. – Нью-Йорк; Торонто; Сідней; Париж, 1969. – 336 с.
- 59) Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. К. : Критика, 2005. 464 с.
- 60) Ставицька Л. О. Проблеми вивчення жаргонної лексики: Соціолінгвістичний аспект. Українська мова. 2001. № 1. С. 55–68.
- 61) Степанов Ю.С. Основы общего языкознания: учебное пособие. Москва: Просвещение, 1975. 271 с.
- 62) Струганець Ю. Б. Семантика, структура, функціонування футбольної лексики в українській літературній мові початку ХХІ століття [дисертація]: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка –Тернопіль: 2016.
- 63) Студинський К. Лірники. Львів: Зорі, 1894. 56 с.

- 64) Сучасна українська літературна мова : Лексика і фразеологія / За заг. ред. І. К. Білодіда. –К. : Наукова думка, 1973. – 438 с.
- 65) Терехова Д.І. Типологія вербальних асоціацій у вільному асоціативному експерименті/Наукові записки. – Випуск XXVI–Серія: Філологічні науки (Мовознавство). –Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В.Винниченка, 2000. – С. 236-246.
- 66) Терещенко І. І. Особливості прояву субкультури футбольних хуліганів / І. І. Терещенко, В. О. Островий // Вісник НТУУ «КПІ» Політологія. Соціологія. Право. – К., 2011. - №3. – С. 188–122.
- 67) Ткаченко Г. В. Асоціативний експеримент як засіб пізнання онімів в когнітивній ономастиці / Г. В. Ткаченко // Актуальні проблеми слов'янської філології. Серія: Лінгвістика і літературознавство: міжвуз. зб. наук. ст. / гол. ред. В. А. Зарва. – Бердянськ: БДПІ, 2010. – С. 453 – 459.
- 68) Третяк Н. В. Жаргонна лексика і метафоричний контекст мови друкованих ЗМІ / Н. В. Третяк // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. - 2009. - Вип. 20. - С. 666-669.
- 69) Туманян Э. Г. Язык как система социолингвистических систем. Синхронно-диахронное исследование. – Москва, 1985.
- 70) Українська мова : енциклопедія / НАН України, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні, Ін-т укр. мови; редкол.: В. М. Русанівський [та ін.]. – Вид. 2-ге, випр. і допов. – Київ: Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004. – 820 с.
- 71) Українські ультрас оголосили перемир'я через події в країні.
URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2014/02/13/7013774/>
- 72) Ультрас на захисті України: від Майдану – до боїв на Донбасі.
URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29166465.html>
- 73) Уорф Б. Наука и языкознание // Новое в лингвистике. Вып.1. – М.,1960. – С. 169-182.

- 74) Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. Москва: Прогресс, 1967. Т.2. 671 с.
- 75) Хомяков В.А. Введение в изучение слэнга – основного компонента английского просторечия. Вологда: Вологодский гос-й пед-й ин-т, 1971. 104 с.
- 76) Хто ми є. Український ультрас-портал. URL: <http://ultras.org.ua/about/>
- 77) Цифра дня: скільки українців дивилися матч Україна – Нідерланди на Євро-2020. URL: https://sport.24tv.ua/tsifra-dnya-skilki-ukrayintsiv-divilisya-match-futbol-novini_n1656550
- 78) Чапленко В. Дещо про мову. Збірка статей. Нью-Йорк, 1959. – 64 с.
- 79) "Чорна пляма" українського правосуддя: справа Павліченків. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2013/01/21/6981873/>
- 80) Шерех (Шевельов) Ю. «Літ Ікара (Памфлети Миколи Хвильового)». Третя сторожа. Література. Мистецтво. Ідеології. – Київ: Дніпро, 1993, с. 296-331.
- 81) Шерех (Шевельов) Ю. «Так нас навчали правильних проізношень». Поза книжками і з книжок. – Київ: Час 1998, с. 236-280.
- 82) Barrère A., Leland C.G. A Dictionary of Slang, Jargon, and Cant: in 2vol. London: Detroit: Gale Research Co., Book Tower. 1967.
- 83) Chereau O. Le Jargon ou Langage de l'Argot reformé. Lyon, 1630. 58 p.
- 84) Deese J., "On the Structure of Associative Meaning," Psychology Review, Vol. 69, 1962, pp. 161-175.
- 85) Grose F. A Classical Dictionary of the Vulgar Tongue. London: Printed for S.Hooper, 1788. v, 264 p.
- 86) Hotten J.C. A dictionary of modern slang, cant and vulgar words, used at the present day in the streets of London. London: John Camden Hotten, Piccadilly, 1860. XVI, 300 p.

- 87) Kellner A. Uvod do dialektologie. Praha: Státní pedagogické nakl. 1954. 113 s.
- 88) Marsh P., Fox K., Carnibella G., McCann J., Marsh J.: Football Violence in Europe. A report to the Amsterdam Group.— Oxford, 1996. — 97 p.
- 89) Myers D. G. Exploring Psychology / D. G. Myers. – New York : Worth Publishers, 1996. – 544 p.
- 90) Partridge E. Slang today and yesterday. New York: The Macmillan, 2007. IX, 476 p.
- 91) Sainéan L. L'Argot ancien (1455–1850). Paris: Honoré Champion Editeur, 1907. VII, 350 p.
- 92) Spears R.A. Slang and euphemism. New York: Jonathan David Publishers, Inc. Middle Village, 1981. XXVIII, 448 p.

Список використаних відеоматеріалів:

- 93) Автор хіта путін Х#УЙЛО фанат Металіста: з в'язниці на війну / Його «викрадали» рашисти / КРАКЕН. URL: <https://youtu.be/AwNkfbrkToU>
- 94) ДЕНИСОВ - примирення з Динамо, конфлікт з Павелком і повернення Вацка. URL: <https://youtu.be/XcaePnNaqvM>
- 95) ГОНОР – спецоперація проти ВАГНЕРІВЦІВ, бій за СТЕРНЕНКА, підпал ОФІСА ПРЕЗИДЕНТА. URL: <https://youtu.be/4gIQRta1rcU>
- 96) КРАКЕН: СЕКРЕТНІ ОПЕРАЦІЇ, ВІДВАГА БУДАНОВА, ВТИКАЧ ЯРОСЛАВСЬКИЙ. URL: <https://youtu.be/Ju3GtMyAzE0>
- 97) НАЙЛЮТІШИЙ ФАНАТ ДИНАМО / махачі з росіянами / підлі серби / пекло у Рубіжному / поранення на війні. URL: <https://youtu.be/Ng9IIGG5cSY>

- 98) ТОЛЯ ШПОН - фатальний махач з росіянами / робота на Курченка / безумство в Охтирці і в'язниця. URL: <https://youtu.be/YHYCCMk0mF0>
- 99) УЛЬТРАС ДНІПРА: РОЗВІДКА У ДНР, ВОЇН З ЧЕЛЯБІНСЬКА, ХЕЙТ ДО КОЛОМОЙСЬКОГО І МАХАЧІ З МОСКАЛЯМИ. URL: <https://youtu.be/qhuajrtyww0>
- 100) ФАНИ ДИНАМО НА ВІЙНІ/ КОМПРОМАТ НА СУРКІСІВ/ ДИНАМО ХОТІЛИ ПРОДАТИ. URL: <https://youtu.be/NuVpftKLnxM>
- 101) ФАНИ ДНІПРА НА ВІЙНІ/ЗЛОВИЛИ РОСІЙСЬКОГО УЛЬТРАС/КУДИ ЗНИК КОЛОМОЙСЬКИЙ/МАХАЧІ З МЕТАЛІСТОМ. URL: <https://youtu.be/lYh6a-Nz6H0>
- 102) Хоробрі серця. Ультрас. URL: <https://youtu.be/op5WNrViP2s>
- 103) Ярмач - Свободу честным. URL: <https://youtu.be/0HnSqWldmdw>