Процик Ірина Романівна

кандидат філологічних наук, доцент

(Україна, м. Київ)

**ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РОЗВИТОК**

**СОЦІОЛЕКТУ ФУТБОЛЬНИХ ФАНАТІВ У СЛОВ’ЯНСЬКИХ КУЛЬТУРАХ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЇ ТА ПОЛЬСЬКОЇ МОВ)**

*У мінливому сьогоденні деякі фундаментальні*

*засади залишаються сталими. … Футбольні команди,*

*особливо в еру глобалізації, стають одвічними символами*

*персональної, релігійної та національної ідентичності.*

*Хоакін Рой, „Футбол, європейська інтеграція,*

*національна ідентичність: Випадок із ФК Барселона”*

Глобалізаційні процеси в сучасному світі визначають основні тенденції розвитку всіх аспектів суспільного життя. Глобалізація стала вагомим чинником „формування соціокультурного простору” [1, c. 290], що впливає на розвиток і суспільства загалом, і окремих його сфер. Глобалізаційний вплив не оминув і спорт, зокрема футбол. Уже самі метафоричні назви футболу – *гра мільйонів, найпопулярніша гра ХХ століття, гра номер один* – є свідченням важливої ролі цього виду спорту в сучасності.

Глобалізація стала й фактором формування молодіжних субкультур, пов’язаних зі спортом, насамперед субкультури фанатів футболу. Можна стверджувати, що футбольний фанатизм у слов’янських країнах, які кілька десятиліть після другої світової війни перебували за залізною завісою, сформувався під впливом глобалізаційних процесів, адже вболівання за улюблену футбольну команду було тут поширене віддавна, але ідентифікувати себе з футбольними фанатами найактивніша частина вболівальників почала лише наприкінці 80-х – на початку 90-х рр. ХХ ст. Завдяки безперешкодному поширенню інформації в сучасному глобалізованому світі відбулося перенесення на слов’янський ґрунт певних культурних зразків, світоглядних моделей, форм соціальної поведінки, які були поширені в західному світі та становили основу для самоідентифікації членів субкультури футбольних фанатів. Якщо раніше всі любителі футболу називали себе футбольними вболівальниками, то наприкінці 80-х – у 90-ті рр. ХХ ст. під впливом глобалізаційних процесів з’явився поділ на активних уболівальників – фанатів та решту вболівальницької публіки на трибунах стадіонів. У середовищі футбольних фанатів сформувалися групи ультрас та хуліґанс. Ультрас зі слов’янських країн, подібно до італійських, стали робити акцент на візуально-акустичній та піротехнічній підтримці улюблених команд, а футбольні хуліґанс, наслідуючи англійських хулз, зосередилися на застосуванні силової аргументації у протистояннях (фанатських бійках) за честь своїх футбольних клубів. Наслідки глобалізаційних процесів відчутні й у мовленні представників фанатської субкультури – соціолекті, формування якого в слов’янських країнах є наслідком впливу глобалізаційних тенденцій. Якщо проаналізувати ключові лексеми, довкола яких сформовано лексико-семантичні поля фанатського соціолекту, то в більшості слов’янських мов домінують запозичення (переважно з англійської мови) та інтернаціоналізми.

У цій розвідці спробуємо на прикладі української та польської мов простежити впливи глобалізації на вербальне самовираження футбольних фанатів, розглянувши лексичне наповнення найважливіших груп лексики, які окреслюють сферу соціальної активності футбольних фанатів. Отож:

**1. ,Назви футбольних уболівальників’**, що охоплюють дві підгрупи номінацій:

**а) найменування футбольних фанатів** об’єднано довкола домінантної лексеми – *фанат* („*спорт.* уболівальник, фан; football fan – футбольний уболівальник” [1, c. 199]) *– fanatyk, kibic, kibol* (пол.); інші лексеми групи: *гардкор, хардкор – chardkor; драмер – dramer; ска(р)фер – szalikowiec;* *ультра, ультрас, ультраси* – *ultras*, *ultrasi*; *фан – fan; хуліґанс*, *хулз* (*хулс)*, *хули, хулси* – *hools*, *hoolsi*;

**б) номінації футбольних уболівальників із позафанатського середовища**: *кузьмич, кузьма*, *кузьмота,* *кузя, KuZ,* *сємка, сємкопожирач*, *сємкоїд – piknikowiec* (вболівальники, які не долучаються до підтримки своєї команди, а лише споглядають матч, при цьому споживаючи їжу, напої чи лузаючи насіння; у польському варіанті – влаштовують на трибунах пікнік).

Найважливішими аспектами самореалізації футбольних фанатів є активна підтримка улюбленої команди: як під час матчів на трибунах стадіону, так і поза місцем проведення футбольного дійства. Слід виокремити такі групи лексики на позначення фанатських дій:

**2. Назви активного фанатського вболівання** **під час футбольного матчу**, об’єднані довколаключових лексем *перф, перфа, перформ, перформенс* ((„*франц*. performance – виконання, здійснення, вистава, спектакль” [1, с. 389]; видовище під час гри, що його влаштовують фанати; *перформенс* охоплює усі види фанатської підтримки улюбленої команди під час матчу – візуальне оформлення фанатського сектора, звукове шоу та піротехнічні ефекти) *– perf, performans* (пол.); інші лексеми: *сапорт, супорт – support; слем, слемик – słem; шоу – show.*

**3. Номінації різновидів фанатської підтримки на стадіоні**, можна розподілити в три підгрупи:

**а)назви, пов’язані з** **візуальною підтримкою** **улюбленої команди на стадіоні**, об’єднані навколо ключових лексем – *візуал, візуалка* (***візуал*** утворено від прикметника ***візуальний*** („*англ*. visual – зоровий, видимий, наочний” [1, c. 606]) – зовнішнє оформлення трибун на стадіоні; візуальна підтримка, під час якої футбольні фанати використовують наочну фанатську атрибутику відповідних кольорів: банери, модулі, прапори, шалики та інші елементи одягу) *– visual* (пол.); інші лексеми групи: *банер – baner; барви – barwy; (клубні) кольори – kolory (klubowe); роза, розетка, розетта – szalik; транс, транспарант – trans, transparent; хвиля – fala meksykańska; шоу з підсвіченою фольгою – folia podświetlana;* *шоу з плашок (модулів) – kartoniada;*

**б) найменування, що охоплюють поняття** **,звукова підтримка** **команди під час матчу’**, об’єднано довкола ключової лексеми – *звук* (укр.) *– dźwieńk* (пол.); інші лексеми цієї групи: *вокал – рrezentować się wokalnie, гучність – poziom* *dźwieńku; драм – dram; драмер – dramer; репертуар – repertuar; спів – śpiew; спів на рівні – śpiew na poziomie;*

**в) номінації, які входять до обсягу поняття ,піротехнічна підтримка на стадіоні**’, об’єднано навколо ключових лексем – *піро, піротехніка* (pyrotechnics (від *грец*. πύρ (πυρός) – вогонь + τεχνικός – техніка)) – піротехніка [1, c. 424], піротехнічні засоби, за допомогою запалювання яких футбольні фанати здійснюють підтримку футбольної команди під час матчу; одна з найновіших та найефектніших форм уболівання) *– piro, рirotechnika* (пол.); інші лексеми цієї групи: *вроцлав, вроцлавський вогонь – wrocław, ogień wrocławski; дим – dym; палити / смалити (вроцлав, дим, петарду, піро, піротехніку, строб, римські свічі, фаєр) – odpalać (ognie wrocławskie, petardę, piro, pirotechnikę, racę, stroby, stroboskopy, świecidełkа, wrocławy, wulkany), петарда – рetarda; строб, стробоскоп – strob, stroboskop; пірошоу – piroshow; фаєр – raca świetlna; фаєршоу – racowisko.*

**4. Назви фанатської активності поза стадіоном** та засоби, які для цього використано: *графіті – graffiti, марш, фанмарш – marsz, przemarsz; стікер – stiker, wlepka; траф, трафарет – traf, trafaret; фанзин – fanzin.*

Якщо до середини 80-х рр. ХХ ст. найпопулярнішими формами підтримки футбольних команд на стадіонах були оплески, свист, рідше спів, а поза стадіонами – спонтанно організовані марші футбольних уболівальників після переможних матчів улюблених команд, то глобалізація спричинилася до появи цілого спектру нових форм і засобів уболівальницької підтримки.

***Список використаних джерел та літератури:***

Український ультрас-портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ultras.org.ua> [дата перегляду 13.03.2016].

To my kibice! Kronika sсeny kibicowskiej. Magazyn polskich kibicόw od 2001 roku [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tomykibice.pl/> [дата перегляду 20.03.2016].

1. *Сурвілайте Д. В.* Специфіка формування молодіжних субкультур в умовах глобалізації / Сурвілайте Д. В. // Актуальні проблеми політики. – 2013. – Вип. 48. – С. 289–294.

2. *Балла М. І.* Новий англо-український словник [2-ге видання, випр. та доп.] / М. І. Балла. – К. : Чумацький Шлях, 2004. – 668 с.