

ЖАРГОН ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Березовский К.С.

Научный руководитель – д. ф. н., профессор Фельде О.В.

Сибирский федеральный университет

Зависимость языка и культуры социума, в котором бытует язык, подчёркивали многочисленные исследователи, среди которых В. фон Гумбольдт, Ф. де Соссюр, В. Матезиус, Б.А. Ларин, Л.П. Крысин и др. «Своеобразие языка влияет на сущность нации как той, которая говорит на нём, так и той, для которой он чужой, поэтому тщательное изучение языка должно включать в себя всё, что история и философия связывают с внутренним миром человека», - говорил В. фон Гумбольдт. Можно говорить об обоюдонаправленном влиянии: общество влияет на язык, и язык, в свою очередь, воздействует на общество. В основе культуры лежит язык. Язык - универсальная семиотическая система, потому что все знаки, в том числе и знаки самого языка, назначаются посредством слов. Язык в равной степени относится к духовной, физической и материальной культуре - как система имен, как речемыслительная деятельность и как совокупность произведений слова. Любое произведение или явление природы может быть понято, осмыслено и описано исключительно посредством слова. Но и сам язык развивается по мере развития культуры - как инструмент познания и организации деятельности людей. Благодаря прогрессу цивилизации и развитию человеческой личности появляется множество новых лексем и сочетаний, которые стремятся отразить сущность социума в себе. Язык и речь имеют непосредственную связь с мыслью, отношение между языком и мыслью, как выражающее/выражаемое. Мысль напрямую определяет духовные и материальные стороны жизни группы людей. Язык - посредник в процессе понимания. Он даёт чувству выражение, и сам вызывает чувство и потому требует силы, отчётливости и гибкости. У наций, склонных к агрессии и военным действиям, преобладают эмотивно-оценочные слова и лексика, номинирующая оружие, тактики ведения боя и т. п. Культурно развитые этносы и государства с богатыми традициями в искусстве большое значение уделяют форме. Слово, которое выражает красивое понятие, должно соответствовать и даже подчёркивать означаемое.

Темперамент и мироощущение можно связывать не только с языком народов; малые социальные группы для выделения и обособления себя от общества также могут использовать характерные языковые единицы, применяя существующие языковые средства либо образуя новые на базе старых. Мы можем наблюдать образование профессиональных и групповых жаргонов. Под групповыми жаргонами, вслед за Л.П. Крысиным, в данной статье понимаются языковые образования, основанные на социальном обособлении людей.

Объектом настоящего исследования является лексика футбольных фанатов, предметом – способы словообразования в социолекте. Источниками исследования послужили интернет-сайты, видеосюжеты, посвященные футбольным фанатам, а также данные, полученные методом наблюдения на стадионах г. Красноярска. В результате выборочной расписки была составлена картотека, насчитывающая около 240 единиц. Сочетание «футбольный фанат» появилось в российском лексиконе в 70-е годы XX века и первоначально означало группу молодых западноевропейцев, нарушающих общественный порядок во время, до или после футбольного матча. Вместе с этим

футбольный фанатизм начал проявляться на территории бывшего СССР. Тогда особо выделялись поклонники московского «Спартака», поддерживающие команду по всей стране, можно отметить и активных фанатов киевского «Динамо». Постепенно взгляды российских фанатов обратились в сторону Англии – родины футбола и футбольных фанатов, на стадионах зазвучали песни, речёвки, слоганы, движение приняло строго закрытый субкультурный характер со своей атрибутикой и жаргоном. В начале 90-х появились группировки европейского масштаба – «Red-Blue Warriors» у ЦСКА и «Flint's Crew» у «Спартака». На фоне их противостояния группы поддержки стали возникать практически у всех клубов Российской Федерации, вплоть до непрофессиональных команд. Каков же социальный портрет «среднестатистического» российского футбольного фаната? Как правило, это молодые люди от 15 до 25 лет. 15 лет считается самым ранним возрастом для вступления в «фирму», совсем юных людей берут редко, в исключительных случаях. 25 лет – возраст самых «олдовых», «пожилых» фанатов, в этом возрасте многие фанаты «отходят от дел». Субкультура футбольных фанатов объединяет людей абсолютно разных, но с общей идеей и общими пристрастиями. Род занятий фанатов может быть различным: в группировке и студенты вузов, и учащиеся профессионально-технических училищ (технических колледжей), и частные предприниматели, и рабочие, и люди без определённых занятий. У многих фанатов хорошо развит музыкальный вкус, они предпочитают джаз, ска, ска-панк, многие начитанны, подавляющее большинство хорошо разбирается в стиле одежды и моде, так как одежда для любой субкультуры имеет большое значение. В среде футбольных фанатов основная функция одежды – неприметность. К данной субкультуре относятся мужчины традиционной сексуальной ориентации, также есть и женщины, но их крайне мало. Всех фанатов отличает повышенный эмоциональный фон, эмотивный аспект личности подавляет логический.

Источником формирования жаргона футбольных фанатов является по преимуществу общенародная речь, смежные жаргоны, а также собственное словопроизводство. По нашим наблюдениям, самым продуктивным является семантический способ. Примеры семантической деривации обнаруживаем практически во всех тематических группах исследуемого жаргона. Особенно часто встречаются случаи метафорического переосмысления общенародных слов: *гроб* – багажное отделение под нижней полкой в поезде; *космонавт* – милиционер в каске; *скворечник* – комментаторская кабина, расположенная в верхней части стадиона и др. Примеры синекдохи и сужения значений, напротив, единичны: *шайба* – хоккей; *мячик* – футбольный матч; *бомжевать* – ночевать во время выезда на вокзале или скамейке. В жаргоне футбольных фанатов выделяется множество тематических групп, включающих наименования важнейших понятий и представлений: 1. Наименования «своих»: *выездюк* – фанат, часто выезжающий в другой город (или страну) на матч своей команды; *ермак* – фанат, совершивший выезд в другую страну или в дальний город; *траблмэйкер* (англ. *trouble maker* – создатель проблем) – фанаты, которые непосредственно проводят/участвуют в хулиганских акциях; *динамики* – фанаты ФК «Динамо» (Москва), *инчас* – фанаты мадридского «Реала»; *инопланетяне* – фанаты ФК «Сатурн»; *паровозы* – фанаты футбольного клуба «Локомотив», *харьки* – болельщики харьковского «Металлиста». Наименования «чужих»: *бычье* – агрессивные, малообразованные, ничего не понимающие в фанатизме зрители; *кузьмич* – человек, не участвующий в акциях и обычно приходящий на матч с семечками, пивом и дудкой болельщика; *дударас* – кузьмич с дудкой; *коля* – человек, которого легко одурачить; *цербер* – сотрудник правоохранительных органов и др. 3. Наименования помещений специального назначения: *наб* (англ. *pub*) – пивной бар; *сарай* – ледовый дворец спорта, *скворечник* – комментаторская кабина; *тошиловка* – 1) отделение милиции; 2) плохая

столовая. 4. Наименования стадионов: *Лужа* – московский стадион «Лужники»; *Петрович* – стадион «Петровский» (Санкт-Петербург); *стадик, ста́дио, эстадио, стадо* – стадион. 5. Наименования одежды, обуви и головных уборов болельщиков: *роза/роетка* – шарф с атрибутикой клуба; *тапки* – любая обувь; *бейс* – бейсболка; *цветá* – клубная мерчендайзинговая атрибутика: шарф, футболка и т. д. 6. Название матчей: *договорняк* – договорной матч; *дэ́рби* (англ. *Derby*) – 1) встреча двух команд из одного города; 2) встреча двух команд, находящихся на первых строчках турнирной таблицы»; *слив* – проигрыш команды за деньги или по предварительному сговору. 7. Названия футбольных сезонов: *золотой сезон* – футбольный сезон, на котором какой-либо фанат побывал на всех матчах команды. 8. Названия голевых ситуаций: *банка* – гол (*забить банку* – забить гол); *дурик* – нелепый, глупо пропущенный вратарём или защитниками гол; *шара* – нелепый гол. Рассмотренный нами жаргон можно отнести к категории своеязычных, поскольку он включает около 90 % слов русского происхождения. Его можно назвать лабораторией русского словопроизводства и зеркалом уникальной субкультуры.