

**«ХОХОЛ НАРОДИВСЯ – ЖИД ЗАПЛАКАВ»: ПРИЗВИСЬКА
ФУТБОЛЬНИХ КОМАНД ТА ЇХНІХ УБОЛІВАЛЬНИКІВ
У СОЦІОЛЕКТІ УКРАЇНСЬКИХ ФУТБОЛЬНИХ ФАНАТІВ**

У статті описано одну із тематичних груп лексики, що активно функціює в соціолекті футбольних фанатів – прізвиська українських футбольних команд та їхніх уболівальників. Проаналізовано прізвиська, що їх футбольні уболівальники використовують для ідентифікації українських команд та їхніх фанатів, і з'ясовано, що ці номінації утворено на основі найрізноманітніших асоціацій: історичних, візуальних, звукових. Серед прізвиськ виокремлено дві групи номінацій: 1) назви фанатських угруповань та команд, за які вони вболівають, із позитивною конотацією, якщо йдеться про своїх, та 2) назви футбольних клубів та їхніх фанатів із негативною конотацією, коли мова про команди-суперниці та їхніх прихильників. Констатовано високу частотність функціонування прізвиськ футбольних команд у специфічних текстах фанатського фольклору.

Ключові слова: соціолект українських футбольних фанатів, прізвисько футбольної команди, асоціація (звукова, візуальна, історична), конотація (позитивна, негативна).

Ирина Процик. «ХОХОЛ РОДИЛСЯ – ЖИД ЗАПЛАКАЛ»: ПРОЗВИЩА ФУТБОЛЬНЫХ КОМАНД И ИХ БОЛЕЛЬЩИКОВ В СОЦИОЛЕКТЕ УКРАИНСКИХ ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ

В статье описано одну из тематических групп лексики, активно функционирующую в социолекте футбольных фанатов – прозвища украинских футбольных команд и их болельщиков. Проанализированы прозвища, что их футбольные болельщики используют для идентификации украинских команд и их фанатов, и выяснено, что эти номинации созданы на основе самых разнообразных ассоциаций: исторических, визуальных, звуковых. Среди прозвищ выделены две группы номинаций: 1) названия фанатских группировок и команд, за которые они болеют, с положительной коннотацией, если речь идет о своих, и 2) названия футбольных клубов и их фанатов с отрицательной коннотацией, когда речь о командах-соперницах и их сторонниках. Констатировано высокую частотность функционирования прозвищ футбольных команд в специфических текстах фанатского фольклора.

Ключевые слова: социолект украинских футбольных фанатов, прозвище футбольной команды, ассоциация (звуковая, визуальная, историческая), коннотация (положительная, отрицательная).

Iryna Protsyk. «WHEN KHOKHOL WAS BORN – ZHYD BURST OUT CRYING» – NICKNAMES OF FOOTBALL TEAMS AND THEIR FANS IN SOCIAL DIALECT OF UKRAINIAN FOOTBALL FANS

In this article one of theme groups of vocabulary is described, which is actively functioning in social dialect of football fans. This group includes nicknames of Ukrainian football teams and their fans. Nicknames used by football fans for identification of Ukrainian teams and their fans have been analysed. Also it has been clarified that these denominations have been created on the basis of various associations – visual, audio, historical. Among nicknames two groups of denominations stand out: 1) names of fans groups and teams which they support, with positive connotation, when the point is about „own”, and 2) names of football clubs and their fans with negative connotation, when the speech is

about rival teams and their fans. High frequency of football teams' nicknames functioning in specific texts of fans' folklore has been ascertained.

Key words: social dialect of Ukrainian football fans, nickname of a football team, association (audio, visual; historical), connotation (positive, negative).

У сучасному українському мовознавстві щоразу більше зацікавлення викликає специфіка мовлення окремих молодіжних субкультур – соціолектів, що, безсумнівно є дуже позитивною тенденцією, адже ще донедавна, за словами відомої української соціолінгвістки Лесі Ставицької «своєрідна національна жаргонофобія» виявлялася «не тільки у власне комунікативних аспектах, а й, на превеликий жаль, у сфері професійної та наївно-лінгвістичної метамовної рефлексії» [8]. В останні десятиліття помітно активізувалися соціолінгвістичні дослідження, особливо вивчення міського мовлення: як у синхронії, так і в діяхронії (праці українських лінгвістів: Олекси Горбача – про мовлення молоді Києва, Львова, Чернівців, Донецька та ін. [3], Євгенія Степанова – про міське мовлення одеситів [9], Людмили Кудрявцевої та Ірини Приходько – про молодіжне мовлення киян [4], Світлани Мартос – про міське молодіжне мовлення херсонців [5, 6, 7], лексикографічна праця про специфіку львівського мовлення колективу авторів із відділу української мови Інституту українознавства імені Івана Крип'якевича [10]), проте ґрунтовного аналізу особливостей мовлення певних суспільних груп, які репрезентують урбаністичний простір, і надалі бракує.

У цій статті досліджуємо особливості соціолекту українських футбольних фанатів – однієї з наймасовіших молодіжних міських субкультур в Україні, яка надзвичайно активно розвивається упродовж кількох останніх десятиліть. Дозволю собі тут невеличкий екскурс. В Україні, як і в більшості слов'янських країн Європи, футбольне фанатство розквітло лише наприкінці 80-х – на початку 90-х років ХХ століття, хоча перші спроби об'єднання навколо вболівання за улюблений клуб почалися ще у 70–80-х рр., а подекуди й раніше. Розвитку фанатського руху в нашій державі перешкоджав насамперед тоталітарний режим, за якого появу будь-яких неформальних об'єднань жорстко обмежували, а також недостатня кількість інформації про фанатський рух прихильників футболу у світі.

У дослідженні аналізуються питання специфіки фанатського соціолекту на лексичному рівні, адже саме лексичні засоби є сутністю соціолекту, основним складником, який відрізняє мовлення групи людей, пов'язаних певними соціальними зв'язками чи інтересами, від мовлення загалу. Предметом дослідження є прізвиська футбольних команд, які функціують у мовленні українських футбольних фанатів і є групою лексики з високою частотністю вживання у фанатському соціолекті. Серед прізвиськ буде проаналізовано номінації, що їх використовують футбольні уболівальники для ідентифікації команд та їхніх фанатів, та назви, які утворено на основі найрізноманітніших асоціацій: історичних, візуальних, звукових тощо, а також трансформовані назви футбольних клубів, які стали прізвиськами, та пояснюватимуться асоціативні зв'язки, що лягли в основу цих номінацій.

Найбільшу групу назв становлять лексеми, які фанати вживають для ідентифікування власної команди та команд-суперниць, а також для номінації своїх фанатських угруповань і груп фанатів-супротивників. І це не випадково, адже стрижневими для спільноти вболівальників є опозиції «свій – чужий», «ми – вони», які є категоріями вираження інтелектуального й емоційного ставлення до навколишнього світу. «Ми» – це вболівальники власної команди. «Вони» – це уболівальники команди-суперниці, з «чужими» треба воювати, насамперед на вербальному рівні, хоча непоодинокими є й справжні фанатські бійки – «махачі»^{*}, а іноді й багаторічні фанатські війни. Одним із аспектів словесної боротьби футбольних фанатів є творення найдошкульніших прізвиськ для супротивників, які стають надзвичайно частотними за вживанням номінаціями у фанатському фольклорі. Як вважає польська дослідниця сучасних соціолектів Ева Колодзеек, «Характерною рисою субкультури

* У статті курсивом виділено слова з фанатського соціолекту, а погрубленим курсивом – прізвиська футбольних команд та їхніх фанатів, які є предметом дослідження в цій розвідці.

стадіонів, яка відрізняє їх від інших сучасних групових культур, є імператив боротьби. Можна припустити, що ... найістотнішим, найсильнішим суспільним зв'язком, який єднає членів цієї групи є не стільки вболівання за власну команду, скільки війна з уболівальниками команд-супротивників. Так, ніби жагу боротьби, яка панує на футбольному полі між двома футбольними командами, перенесено на їхніх уболівальників» [11].

«Чужими», тобто ворогами, для фанатів є насамперед команди-суперниці та їх уболівальники. Саме вони є адресатами вигуків і скандувань, які лунають з трибун і, як правило, мають провокативний характер. На стадіоні триває словесна боротьба, яка має на меті розігріти емоції вболівальників і підготувати до сутичок, які можуть відбутися після матчу, наприклад: «*Хохол народився – жид заплакав!*» (висловлювання фанатів київського «Динамо») які мають прізвисько *хохли* (*хохол* – зневажлива назва українця [1, 1351]), спрямоване до фанів одеського «Чорноморця», яких прозивають *жидами* (*жиди* – 1. те саме, що євреї; 2. образлива назва євреїв [1, с. 275]) або: «*Зелено-білі барви – колгоспник їх не достойний!*» (текстовик фанів львівських «Карпат», для яких зелено-білі барви є клубними від 70-х рр. ХХ ст., звернений до фанатів полтавської «Ворскли») яка останніми роками теж виступає в біло-зелених кольорах, мотивуючи такий колористичний вибір давніми геральдичними традиціями Полтави, в гербі якої є біла та зелена барви. Фанати решти українських футбольних клубів зневажливо називають «Ворсклу» та її фанів *колгоспниками* (*колгоспник* – член колгоспу [1, с. 439]) – за першою назвою полтавської футбольної команди – «Колгоспник», яку вона мала упродовж 1955–1984 рр.) і нерідко наголошують на тому, що клуб у своїй новітній історії (від початків проведення національного чемпіонату України у 1992 р.). змінював свої офіційні кольори, що вважається у довколафутбольних колах поганим тоном.

Цікавими номінаціями є трансформовані назви українських футбольних команд, що їх у своєму мовленні використовують фанати. Найчастіше це однослівні лексеми, зредуковані аналоги відповідних сполучень слів: *МетаДон* – футбольна команда «Металург» (Донецьк); *МетаЗапор* – футбольний клуб «Металург» (Запоріжжя), *Зака* – футбольний клуб «Закарпаття» (Ужгород). Їх утворено задля мовної економії шляхом основокладання. Прикладом протилежної тенденції у творенні прізвиська футбольного клубу є словосполучення *собаки Павлова* – команда «Ворскла»з Полтави (від прізвища колишнього тренера полтавчан Миколи Павлова, який є однофамільцем видатного російського фізіолога Івана Павлова, котрий вивчав принципи фізіології вищої нервової діяльності, описав умовні та безумовні рефлексії, проводячи свої дослідження на собаках [12]; футболістів «Ворскли» порівнюють із піддослідними собаками).

Назви як самих команд-суперниць, так і фанатських угруповань їхніх прихильників, у лексиконі супротивників є образливими прізвиськами, наприклад: *запори* – запорізький «Металург» (звукова асоціація з назвою міста Запоріжжя; від *запор* – недостатне або нерегулярне, з затримкою, випорожнення кишечника [1, с. 321]); *бомжі* – донецький «Металург», який виступає на чужому стадіоні (від *бомж* – особа без певного місця проживання [1, 59]); *криві* – криворізький «Кривбас» (звукова асоціація з першою частиною назви міста Кривий Ріг).

Деякі українські команди мають по кілька прізвиськ, яким притаманні різні конотації – від зневажливої й образливої до нейтральної та з виявом симпатії, зокрема:

донецький «Шахтар» – *кרותи* (від *кріт* – невеликий комахоїдний ссавець, що живе під землею [1, с. 466]), *шахта* (*шахта* – система підземних споруд, де добувають корисні копалини (переважно вугілля) або провадять які-небудь роботи, та будівель на поверхні; тільки підземна частина споруд такого призначення [1, с. 1391]), *терикон* (*терикон* – конусоподібний насип порожньої породи на поверхні землі біля шахти, копальні [1, с. 1241]), *гірники* (від *гірник* – робітник гірничої промисловості [1, 183]);

харківський «Металіст» – *метал* (скорочена форма команди «Металіст»), *метаглисти* (звукова асоціація з назвою «Металіст»; від *метал* – зредукованої форми назви команди «Металіст» та *глист* – черв'як, що паразитує в організмі людини і тварини [1, с. 185]), *хаммери* (звукова асоціація з назвою міста Харків; *хаммер* (від *Hammer*) – назва американського

армійського позашляховика [12]), *хорьки, тхори* (теж звукова асоціація з Харковом; від російського *хорьок* – укр. *тхір* – хижий звірок родини куницевих з коштовним пухнастим хутром [1, с. 1278]);

київське «Динамо» – *менти* (*мент* – жаргонне найменування міліціонера; назва вказує на те, що товариство «Динамо» було об'єднанням колективів фізкультури і спорту правоохоронних органів), *хохли* (*хохол* – зневажлива назва українця [1, с. 351]), *бобри* (від *бобер* – великий водяний (річковий) гризун), що дає цінне хутро [1, с. 57], ця тварина є офіційним талісманом київських динамівців);

сімферопольська «Таврія» – *татари* (однослівна форма від *кримські татари* – корінні мешканці Кримського півострова; *татари* – назва різних тюркських, монгольських та інших племен [1, с. 1232], *кримчани* (*кримчани* – мешканці Криму [1, с. 465]; *таверійці* (мешканці Таврії – Кримського півострова);

одеський «Чорноморець» – *жиди* (*жиди* – 1. те саме, що євреї; 2. образлива назва євреїв [1, с. 275]), *ультрамариноси* (від ультрамарин – мінеральна яскраво-синя фарба [1, с. 1293];

львівські «Карпати» – *бандери* (від прізвища провідника українських націоналістів Степана Бандери, іменем якого називають усіх українців західних областей України, а також мешканців інших регіонів України, які виявляють національну свідомість), *вівці* (вівцями уболівальники «Карпат» називають футболістів свого клубу, коли незадоволені їхньою грою під час матчу та скандують із трибун вигук «Вівці!» футбольні ультрас львівського клубу, навпаки, категорично не сприймають цього вигуку і ніколи публічно не використовують його; у мовленні фанатів прізвисько вівці можна вважати ще й зредукованою формою від поточної назви мешканців Львова – львівці, себто львів'яни);

луцька «Волинь» – *клоуни Кварцяного* (Кварцяний – тренер волинян, відомий своїми різкими висловлюваннями і публічними гострими коментарями в ЗМІ стосовно дій як своєї команди, яку він неодноразово називав клоунами (від клоун), так і стану справ в українському футбольному чемпіонаті загалом), *волиняки, волиняни* (*волиняки* – те саме, що волиняни; *волиняни* – жителі Волині або ті, що родом із Волині [1, с. 155]), *хрестоносці* (хрестоносець).

Прізвиська футбольних команд функціують як в писемній формі (на банерах, що їх розвішують фанати на стадіоні під час матчу, у фанатській пресі – фанзинах і в інтернет-звітах про футбольні матчі на сайтах фанатів, зокрема: <http://www.fanat.ua>, <http://www.ultras.org.ua>), так і в усному мовленні – у текстах фанатського фольклору: кричалках, текстовиках, скандуваннях і піснях. На адресу уболівальників суперника, як правило, лунають вигуки, що мають на меті принизити, висміяти їх та команду, за яку вони вболівають: «*Оболонь – фігове пиво!*» (до уболівальників київської «Оболони», спонсором якої є виробник українського пива та безалкогольних напоїв – корпорація «Оболонь»); «*Запахло смаженим хорьком!*» «*Від вас тхне!*» (до фанатів харківського «Металіста», яких називають *хорьками, тхорами* (відомо, що морфологічною ознакою тхорів є те, що вони мають специфічний запах [12]); «*Дави бандер!*» (до фанів львівських «Карпат» яких іменують *бандерами* (від прізвища провідника українських націоналістів Степана Бандери); «*Ваше місце в мавзолеї!*» (до вболівальників маріупольського «Іллічівця», яких прозивають *внучатами Ілліча, іллічівцями, іллічами, леніцями* (від патронімічної назви Ілліч, утвореної від імені Ілля [2, с. 229]); назва команди перегукується з назвою Маріупольського металургійного комбінату імені Ілліча, який спонсорує футбольний клуб; (патронім у назві металургійного заводу походить від імені комуністичного діяча Володимира Ілліча Ульянова-Леніна).

Нерідко тексти, спрямовані до сектора фанатів-гостей містять вульгаризми як один зі способів мовного вираження негативних емоцій: «*Türk domuz uzakta Avrupa'dan! (Турецькі свині, забирайтесь геть з Європи!)*» (до фанатів турецького «Галатасарая»). Це суттєво відрізняє такі тексти від тих, що спрямовані до власної команди, де вульгарні слова не використовуються: «*Чи є в отарі леви?*» (уболівальники «Карпат» до футболістів свого клубу, незадоволення діями яких нераз супроводжується вигуками з трибун: «Вівці!»).

Чималою за наповненням, проте не надто частотною за вживанням у соціолекті футбольних фанатів є група назв українських команд, які є прізвиськами, що дублюють

неофіційні назви клубів, проте є нейтральними: **азовці** – фанати маріупольського «Іллічівця» (мешканці населених пунктів на узбережжі Азовського моря, насамперед маріупольці); **бобри** – фани київського «Динамо» (від **бобер** – великий водяний (річковий гризун), що дає цінне хутро [1, с. 57]); ця тварина є офіційним талісманом київських динамівців); **волиняки, волиняни** (**волиняки** – те саме, що волиняни; **волиняни** – жителі Волині або ті, що родом із Волині [1, с. 155]) – фанати луцької «Волині»; **ворскляни** – фанати полтавської «Ворскли» (мешканці населених пунктів над рікою Ворскла, насамперед полтавці); **гірники** – уболівальники донецького «Шахтаря» (від **гірник** – робітник гірничої промисловості [1, с. 183]); **дніпрян** – фани дніпропетровського «Дніпра» (мешканці міста Дніпропетровська, яке самі вони називають Дніпром; дніпропетровські фанати скандують «Команда з Дніпра!»); **каноніри** та **каштанчики** – фанати київського «Арсенала» (від **канонір** – гармаш [1, с. 413]; гармаш – майстер, який виготовляв і обслуговував гармати; те саме, що гарматник [1, с. 174]), (**каштанчик** – здрібніло-пестлива форма від каштан; квітучий каштан зображено на гербі міста Києва, відтак у цьому прізвиську можна простежити візуальну аналогію з геральдичними традиціями столиці); **кримчани** та **таврійці** – фанати сімферопольської «Таврії» (**кримчани** – мешканці Криму [1, с. 465]), (**таврійці** – мешканці Таврії – Кримського півострова); **леви, зелені леви** – фанати львівських «Карпат» (асоціативний зв'язок із назвою міста Львів; від **лев** – великий хижий звір родини котячих [1, с. 482]) та **зелений** – один із клубних кольорів карпатівців); **леополітанс** – фани футбольного клубу «Львів» (мешканці Леополіса (від латинської назви Львова); **металурги** – фанати запорізького «Металурга» (від **металург** – фахівець із металургії [1, с. 521]); **пивовари** – фани київської «Оболони» (від **пивовар** – той, хто варить пиво; бровар [1, с. 758]); **ультрамариноси** – уболівальники одеського «Чорноморця» (від ультрамарин – мінеральна яскраво-синя фарба [1, с. 1293]).

Найбільшу групу прізвиськ футбольних команд та їхніх уболівальників становлять колористичні найменування, утворені від назв офіційних клубних кольорів, у яких виступають футбольні команди. У соціолекті українських футбольних фанатів, як і фанатів команд інших країн світу, колористичні прізвиська є дуже функціональними та частотними. У назвах такого типу поєднано, здебільшого, два або три кольори, наприклад: **зелено-білі** та **green-white** – це львівські «Карпати»; **оранжево-чорні, помаранчево-чорні** – донецький «Шахтар»; **біло-сині** та **white-blue** – київське «Динамо»; **жовто-сині** – харківський «Металіст» та ужгородське «Закарпаття»; **біло-червоні, біло-малинові** – луцька «Волинь»; **жовто-чорні** – чернівецька «Буковина»; **синьо-біло-голубі, синьо-біло-блакитні** – дніпропетровський «Дніпро»; **біло-зелені** та **white-green** – полтавська «Ворскла»; **чорно-сині, ультрамаринові** та **ultra marines** – одеський «Чорноморець»; **червоно-жовто-чорні** – запорізький «Металург»; **червоно-білі** – криворізький «Кривбас»; **червоно-сині** – київський «Арсенал»; **біло-червоно-сині** – сімферопольська «Таврія»; **синьо-золоті** – футбольний клуб «Львів»; **чорно-білі** та **black-white** – луганська «Зоря»; **оранжево-сині** – маріупольський «Іллічівець»; **жовто-чорні** – охтирський «Нафтовик»; **жовто-зелені** – тернопільська «Нива»; **зелено-малинові** – футбольний клуб «Харків» [15]. Вагомість клубних *барв* підтверджується у текстах скандувань і пісень, які звучать на стадіонах, наприклад у *заряді* фанатів львівських «Карпат»: **Зелено-білі наші кольори. Ми непереможні – шаблі догори** [16].

Барви клубу є священними для спільноти уболівальників, вони надзвичайно важливі під час організації підтримки улюбленої команди на стадіоні. *Клубні кольори* пов'язані з історією, традиціями певної команди і постійно за нею закріплені. Випадки зміни *клубних барв* чи символіки команди є надзвичайно рідкісними і не знаходять розуміння й підтримки серед уболівальників. Наприклад, фанати полтавської «Ворскли» апелювали до власників клубу стосовно повернення старої емблеми і барв клубу такими *текстовиками*: «Скільки емблем не малюйте, кращої за неї немає!» та «Зелено-білі назавжди!» [14]. Аналогічно футбольні фанати київського «Динамо» вимагали повернення старої емблеми команди, вивісивши банер, на якому була лише велика синя літера Д на білому полі та напис: «Нічого зайвого!» [13]. Саме з мінімалістичним зображенням письмівкою літери Д та біло-синіми кольорами асоціюється команда київських динамівців у свідомості багатьох поколінь уболівальників столичного клубу.

Для творення колористичних прізвиськ українських футбольних команд найчастіше узято до уваги:

1) природні особливості певної частини України (наприклад, зелень карпатських гір – у кольорах львівських «Карпат», руді та чорні терикони Донбасу – у барвах донецького «Шахтаря», ультрамарин моря – у колористиці одеського «Чорноморця»);

2) історичні традиції (луцька «Волинь» прізвисько **малиново-білі** отримала через кольори герба Волині, ужгородська «Говерла» – **жовто-сині** – через кольори герба Закарпаття).

Підсумовуючи, слід зауважити, що серед прізвиськ, які уболівальники використовують для ідентифікування футбольних клубів та їхніх фанатів, можна виокремити дві групи номінацій:

1) назви фанатських угруповань та команд, за які вони вболівають, із позитивною конотацією, якщо йдеться про своїх, та

2) назви футбольних клубів та їхніх фанатів із негативною конотацією, коли мова про команди-суперниці та їхніх фанатів.

Наприклад, уболівальники львівських «Карпат» свою команду та її фанатів називають **зеленими левами**, а суперники – **бандерами**, фани донецького «Шахтаря» йменують своїх улюбленців **гірниками**, а вболівальники з інших міст – **кротами**, **шахтою** чи **териконом**; фанати полтавської «Ворскли» називають своїх футболістів **ворсклянами**, а фанати-суперники – **колгоспниками** чи **собаками Павлова**; уболівальники київського «Динамо» називають свою команду **динамівцями** чи **киянами**, а суперники – **ментами** і **хохлами**; фанати „Таврії” йменують своїх гравців **таврійцями** чи **кримчанами**, а фанати команд-суперниць – **татарами**; фани маріупольського „Іллічівця” зуть гравців своєї команди **азовцями**, а суперники – **іллічами**, **іллічівцями**, **ленінцями**, **внучатами Ілліча** тощо.

В основу номінацій-прізвиськ футбольних команд та їхніх фанатів покладено як цілком об’єктивні асоціації, пов’язані з офіційними кольорами команд, у яких виступають гравці клубу (**зелено-білі** – львівські «Карпати», **синьо-золоті** – футбольний клуб «Львів»); специфікою регіону, з якого походить команда (**оранжево-чорні** – донецький «Шахтар», **ультрамаринові** – одеський «Чорноморець»), а також суб’єктивні, зокрема, випадкові звукові асоціації, які нерідко лежать в основі образливих номінацій (**запори**, **МетаЗапори** – запорізький «Металург», **метаглисти**, **хорьки**, **хаммери** – харківський «Металіст»).

Високу частотність функціонування прізвиськ футбольних команд засвідчують специфічні тексти фанатського фольклору – скандування, гасла, заряди, текстовики та пісні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Бусел]. – К. – Ірпінь: ВТФ «Перун», 2001. – 1440 с.
2. Власні імена людей: словник-довідник / [уклад. Л. Скрипник, Н. Дзятківська / за ред. В. Русанівського]. – К.: Наукова думка, 1996. – 333 с.
3. Горбач О. Арго на Україні : зібрані статті / О. Горбач. – Мюнхен : Український Вільний Університет, 1993. – 359 с.
4. 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 национальный университет им. Т. Шевченко, 2006. – 198 с.
5. Мартос С. Сленг як складова молодіжної субкультури / С. А. Мартос // Південний архів. Філологічні науки. – Вип. XXI. – 2003. – С. 11–114.
6. Мартос С. А. Молодіжний сленг як складова мови міста / С. А. Мартос // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – № 632. – Сер. Філологія. – Вип. 42. – Харків, 2004. – С. 240–243.
7. Мартос С. А. Структура молодіжного сленгу під кутом зору мови міста / С. А. Мартос // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»: зб. наук. пр. III. – Херсон: Вид-во ХДУ, 2006. – С. 170–174.
8. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг : Соціальна диференціація української мови / Л. Ставицька. – К.: Критика, 2005.

9. Степанов Є. М. Російське мовлення Одеси: [монографія] / [ред. Ю. О. Карпенко; ОНУ ім. І. І. Мечникова]. – Одеса: Астропринт, 2004. – 496 с.
10. Хобзей Н. та ін. Лексикон львівський: поважно і на жарт / Н. Хобзей, К. Сімович, Т. Ястремська, Г. Дидик-Меуш. – Львів: Інститут українознавства імені Івана Крип'якевича НАН України, 2009. – 672 с.
11. Kołodziejek E. Człowiek i świat w języku subkultur / E. Kołodziejek. – Szczecin: Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, 2005.
12. <http://uk.wikipedia.org>, [03.02.2013].
13. <http://www.ultras.com.ua> [20.02.2013].
14. <http://www.ultras.org.ua> [20.02.2013].
15. http://fanat.ua/info/fans/articles/futbol-nyj_fanatizm_24427.html [20.02.2013].
16. <http://fckarpaty.com.ua> [31.01.2013].

Стаття надійшла до редакції 11.11.2014 р.

УДК 811.161.2:373.2

Марія Редьква

(Ягеллонський університет, Польща)

ЖІНОЧІ ОСОБОВІ НАЙМЕНУВАННЯ У ТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ КАЗОК

У статті проаналізовано жіночі особові найменування, зафіксовані у текстах українських народних казок, зібраних та записаних у різних ареалах – від Чернігівщини до галицької Лемківщини. Досліджено функціонування апелювативних та власних назв. Здійснено порівняльний аналіз номінації, зумовлений іншомовними впливами.

Ключові слова: українська народна казка, апелюватив, власна назва, номінація, антропонім.

Марія Редьква. ЖЕНСКИЕ ЛИЧНЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ В ТЕКСТАХ УКРАИНСКИХ НАРОДНЫХ СКАЗОК

В статье проанализировано женские личные наименования, зафиксированные в текстах украинских народных сказок, собранных и записанных на разных ареалах – от Черниговщины до галицкой части Лемковщины. Исследовано использование апеллятивов и имён собственных. Проведено сравнительный анализ номинации, сформированной под влиянием других языков.

Ключевые слова: украинская народная сказка, апеллятив, имя собственное, номинация, антропоним.

Mariya Redkva. THE PERSONAL NAMES OF WOMEN IN THE TEXTS OF UKRAINIAN FOLK TALES

The article deals with the personal names of women in the Ukrainian folk tales, written down in the different parts of Ukraine – from Chernihiv region to Lemko region in Galicia. In the article the appellatives and proper names are researched. The comparative analysis of nomination influenced by other languages is represented in the paper.

Key words: Ukrainian folk tale, appellative, proper name, nomination, anthroponym.

Жіночі образи у казковому епосі презентовані значно меншою кількістю типів порівняно з чоловічими. Жінка у фольклорі загалом і у казці зокрема завжди співвідносна з кимось або з чимось – з родиною, суспільним становищем тощо. Визначення її системи координат визначається передовсім у номінації.