

УДК 81.161.2'276.5:640.43

І. М. Линчак

ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО ЖАРГОНУ ОФІЦІАНТІВ

У статті проаналізовано специфіку професійного жаргону працівників ресторанної сфери. Автор робить спробу виокремити головні диференційні ознаки професійних жаргонізмів, окреслює основні номінативно-тематичні категорії некодифікованої лексики офіціантів та визначає механізми її формування.

Ключові слова: жаргон, професійний жаргонізм, професіоналізм, некодифікована лексика, арго.

Постановка проблеми. Кінець ХХ – початок ХХІ ст. відрізняється від попередніх етапів розвитку української мови фантастичним змішуванням усно-розмовних компонентів та їхнім впливом на норми сучасної літературної мови. Просторіччя, сленг, жаргон, арго, діалекти дедалі активніше використовуються в різноманітних сферах спілкування, включаючи засоби масової інформації, інтернет-спілкування та сучасну художню літературу. Мовні особливості різних соціальних прошарків – як професійних (офіс-менеджери, юристи, шахтарі, перекладачі, моряки та ін.), «гешефт-груп» (на кшталт фарцовщиків, повій, мафіозі та ін.) [6], так і об'єднаних за інтересами (туристи, колекціонери, собаководи, фанати-уболівальники та ін.) є показовими щодо зазначеної тенденції у побутуванні мови.

Аналіз останніх публікацій. Починаючи з 90-х рр. ХХ ст. в Україні триває динамічний розвиток жаргонології. Низка теоретичних праць О. Горбача, Й. Дзєндзелівського, Л. Масенко, Л. Ставицької та ін. дали поштовх для появи наукових розвідок українських мовознавців з різних аспектів досліджуваного явища, серед яких і вивчення різновидів професійного соціолекту.

Незважаючи на значну кількість досліджень, в яких висвітлюється специфіка жаргону окремих професійних груп (наприклад, науковий жаргон студіює П. Селігей, спортивний – Л. Карпець, комп'ютерний –Л. Компанцева, І. Щур, медичний – В. Юкало, журналістський – А. Євграфова, Н. Третяк тощо), жаргон офіціантів досі не був предметом уваги українських науковців.

Стан розробки цієї проблеми та необхідність залучення нового лексичного матеріалу до наукового обігу обумовлюють **актуальність** пропонованої статті.

Мета нашого дослідження – аналіз спеціальної некодифікованої лексики офіціантів, передусім жаргонізмів. Для досягнення указаної мети передбачається виконання таких **завдань**: 1) уточнити зміст та обсяг понять «професійний жаргон» і «професійний жаргонізм»; 2) окреслити основні диференційні ознаки професійних жаргонізмів; 3) описати головні номінативно-тематичні групи професійного жаргону офіціантів; 4) визначити механізми його формування.

Об'єктом для аналізу слугували лексико-фразеологічні одиниці, отримані в результаті інтерв'ювання та анкетування, проведеного нами серед респондентів-працівників ресторанних комплексів Київщини упродовж 2013–2015 рр., а також матеріал, розміщений на спеціалізованих українських інтернет-сайтах та форумах [4; 10; 11]. Загальна кількість зібраних і проаналізованих мовних одиниць – близько 300.

Зважаючи на те, що професійна комунікація у середовищі ресторанних закладів Києва та Київської області, Центральної та Східної України загалом здійснюється

як українською, так і російською мовою (з проявами інтерференції), лексеми в якості ілюстративного матеріалу подаються нами у варіанті запису.

Виклад основного матеріалу. Попри недосконалість термінологічного апарату, що є першопричиною різнотлумачень понять «сленг», «жаргон», «арго», «просторіччя», більшість сучасних українських та російських лінгвістів під поняттям «жаргон» розуміють різновид загальнонародної мови, що перебуває за межами літературної мови і використовується відносно стійкою соціальною групою людей, об'єднаних спільністю професійних інтересів, однаковими захопленнями, тривалим перебуванням у певному середовищі [2, с. 76].

У нашому дослідженні підтримуємо думку Л. Ставицької, що жаргон – це напіввідкрита лексико-фразеологічна підсистема, яка застосовується тією чи іншою соціальною групою з метою відокремлення від решти мовної спільноти [13, с. 33]. Таким чином, професійний жаргон – напіввідкрита лексико-фразеологічна підсистема, яка розвивається й функціонує в мовленні людей певного фаху чи роду заняття і відображає експресивне, суб'єктивно-оцінне ставлення до своєї професійної діяльності та до себе в ній.

На думку Л. Масенко, жаргон (соціолект) виконує такі функції: 1) об'єднує особу з колективом; 2) вирізняє певний колектив з-поміж інших суспільних груп, протиставляє його іншим групам; 3) стає знаряддям інтерпретації дійсності [8, с. 86]. До перелічених вище функцій мовознавці також додають: комунікативну (поле функціонування жаргону поширюється переважно на усне мовлення); номінативну (одиниці жаргону передають спеціальне значення, що не має відповідника в загальнонародній мові); експресивну (причина появи жаргону пов'язана з прагненням мовців до більш експресивного мовлення) [1, с. 73]; функцію економії мовних засобів [8, с. 88] тощо.

Одиницями професійного жаргону є професійні жаргонізми – «образно-експресивні, лаконічні слова та вислови, що мають нейтральні відповідники і побутують переважно в усному мовленні людей певної професії чи роду занять, об'єднаних спільністю інтересів, звичок, соціального стану» [14, с. 37–38].

У контексті розгляду некодифікованої лексики фахового мовлення близьким до жаргонізмів є поняття «професіоналізми», які визначаються як мовні одиниці, що «вживаються на позначення спеціальних понять у сфері тієї чи іншої професії, ремесла, промислу»; «емоційно забарвлені елементи, що виступають як розмовні синоніми-еквіваленти до стилістично індивідуальної професійної номенклатури чи слів-термінів і часто виходять за межі літературної норми» [2, с. 175].

Серед узагальнених О. Павловою особливостей професіоналізмів основними є такі: 1) професіоналізми належать до ненормованої спеціальної лексики; 2) професіоналізми існують переважно у сфері функціонування і не подаються у сфері фіксації (у загальних та спеціальних словниках); 3) професіоналізми використовують переважно в усному, розмовному мовленні; 4) професіоналізми виникають в умовах професійного спілкування як вторинні форми вираження і функціонують найчастіше як професійно-розмовні дублети офіційних термінів; 5) у професіоналізмів певної галузі системні зв'язки виражено меншою мірою, ніж у термінів; 6) професіоналізми характеризуються виразністю, образністю, експресією; 7) професіоналізми належать до периферії відповідної терміносистеми [9, с. 51–52].

Як бачимо, більшість перелічених диференційних ознак професіоналізмів підходить і для опису специфіки професійних жаргонізмів. Це й пояснює той факт, що за наявності численних мовознавчих студій з досліджуваної проблеми досі не сформовано єдиної думки щодо основних відмінностей цих мовних одиниць. Деякі

науковці навіть розглядають професійні жаргонізми як особливий різновид професіоналізмів, не здатних набути нормативного характеру. Ця позиція подекуди відображується в наукових статтях словників лінгвістичних та соціолінгвістичних термінів, де поняття «професіоналізми» і «професійні жаргонізми» ототожнюються [12, с. 176].

Таким чином, неминуче постає проблема розмежування окреслених вище понять і вирішення специфічних ознак професійних жаргонізмів.

На цьому шляху нам імponує логіка міркувань, викладена у роботі М. Л. Давидової та Н. Ю. Філімонової [3]. Автори зазначають, що різниця між професіоналізмами і професійними жаргонізмами досить умовна і чітку межу між ними встановити неможливо, оскільки критерієм розмежування є не наявність / відсутність тої чи іншої ознаки, а функціональність та ступінь експресивності. Автори вважають, що варто говорити про певну функціональну диференціацію цих понять, адже у професіоналізмів на перший план виступає функція економії мовних засобів (мовець прагне скоротити громіздке формулювання терміна, тому що в середовищі фахівців і так зрозуміло, про що йдеться). Емоційне забарвлення у цьому випадку можливе, але не є обов'язковою, визначальною ознакою. Професійний жаргон, окрім цього, виконує функцію емоційної розрядки. Гумор, цинізм, грубість надають словам експресії, дозволяють «прикрасити» суху офіційну мову [3].

Враховуючи досвід численних мовознавчих студій, зосереджених як на загальнотеоретичних питаннях соціолінгвістики, так і на дослідженні некодифікованої лексики конкретних сфер професійної діяльності, зробимо спробу вирізнити основні диференційні ознаки професійних жаргонізмів.

На нашу думку, професійним жаргонізмам притаманні: 1) високий ступінь експресивності (напр., *непруха* 'кишкова непрохідність', *нарушняк* 'гостре порушення мозкового кровообігу' – жаргон медиків [5]); 2) стилістична зниженість (більшість одиниць професійного жаргону має пейоративну емоційну оцінку). Напр., *ВАСЯ* 'Вищий арбітражний суд', *мохнатка* 'згвалтування', *дохляк* 'ненадійний клієнт', *ківала* 'народний засідатель' – юридична сфера); 3) варіативність (фонетична, морфологічна) (напр., *стейшн*, *стейшен* 'місце офіціанта' – ресторанна сфера; *мультик*, *мультаха*, *мульти* 'мультивізи' – туристична галузь); 4) наявність розвинених синонімічних рядів до найбільш уживаних та важливих для професії назв об'єктів, предметів, явищ, дій (напр., *синяк*, *мертвяк*, *смітник*, *ліхтар*, *мулька*, *пральня* 'фірма-одноденка, що ухиляється від податків' – бухгалтерський, бізнес-жаргон); 5) полісемія (жаргонізми не претендують на точність та однозначність). Напр., *отказник* 'турист, який отримав відмову у видачі візи' і *отказник* 'тур, від якого відмовилися' – туристична галузь; *пасажир* 'гість' і *пасажир* 'представник іншого (конкурентного) закладу, котрий все фотографує, вивідує' – ресторанна сфера; 6) використання різноманітних (традиційних і нетрадиційних) словотвірних засобів (напр., *мінуса* (наголос на останньому складі, інша форма іменника у множині) 'негативне сальдо в рахунках' – бухгалтерський жаргон; *клієнтос* 'клієнт', *оправдос* 'виправдальний вирок' – юриспруденція; *убля* 'збиток', *прибля* 'прибуток' – бізнес-жаргон; *квартира з тарганами* 'квартира зі старими мешканцями', *заходь і живи* 'квартира у хорошому стані', *край географії* 'квартира на останній вулиці в районі' – з жаргону ріелторів [5]; 7) вживання професійних жаргонізмів обмежене виключно розмовним мовленням, а саме неформальними, неофіційними професійними ситуаціями тощо.

Не претендуючи на вичерпність опису диференційних ознак професійних жаргонізмів, перейдемо до окреслення некодифікованої професійної лексики офіціантів.

Найперше, проаналізувавши підбірку жаргонізмів ресторанної сфери, пропонуємо виокремити такі основні номінативно-тематичні групи цієї лексики:

1) лексичні одиниці на позначення працівників ресторанного закладу: *МЗ, менеджер, мен* ‘менеджер зали’; *фіц, фіцик, халдей, офік, офсянка, пешеход, пешик* ‘офіціант’; *часовий, постовий, хост* ‘хостес’; *бармалей, буфетчик, барік, барбос* ‘бармен’; негри ‘працівники кухні’; *сом* ‘сомельє’ тощо;

2) лексеми на позначення категорій відвідувачів: *жир, салідол* ‘бажаний та багатий гість’; *чайки, улитки, кукушки* ‘представниці жіночої статі, які замовляють одну страву на двох або лише чай; займають найкращий стіл позиції і не залишають чайових’; *ланчовка* ‘гості, що прийшли на бізнес-ланч’; *туалетчики* ‘люди, що заходять до ресторану задля відвідування вбиральні’; *два з половиною* ‘чоловік з дружиною та дитина або чоловік і вагітна жінка’ тощо;

3) лексичні одиниці на позначення відділів, підрозділів закладу: *гарячка* ‘гарячий цех кухні’; *поляна* ‘банкетна зала, зал для обслуговування гостей’; *база* ‘барна стійка’; офіс ‘вбиральня’; *куряшка / некуряшка* ‘зали, в яких дозволено / не дозволено палити’; *роздача* ‘місце, де видають готові страви’; *бек* ‘службове приміщення закладу’, *хозка* ‘місце, де складають господарські товари’ тощо;

4) лексеми на позначення професійного обладнання: *морг* ‘суші-кейс, холодильник для зберігання заготовок’; *парік* ‘пароконвектомат’; *піаніно* ‘електрична чи газова плита’; *вібратор* ‘вібраційна плита’; *корабель* ‘стіл для розміщення великої компанії’ тощо;

5) лексичні одиниці на позначення предметів посуду і сервірування: *скло* ‘увесь скляний посуд’; *інгалятор, лошадка, коньячка* ‘бокал для коньяку’; *камаз, титанік* ‘великий піднос’; *стенлер* ‘столові щипці (для набирання салатів)’; *ручник* ‘серветка (на руці офіціанта)’; *простинь, бельє* ‘столова білизна (скатертина, серветки)’; *печенька, печенюха* ‘фірмова картонна підставка під пивний келих, чашку чаю’; *шляпа* ‘глибока тарілка під пасту’; *лодочка* ‘тарілка овальної форми’ тощо;

6) лексеми на позначення продуктів, страв і напоїв: *цукерман* ‘цукор’; *лось* ‘лосось’; *залипуха* ‘овочі, що йдуть у бургер’; *комплекс* ‘комплексний обід або бізнес-ланч’; *село* ‘картопля по-селянськи’; *КПД* ‘картопля по-домашньому’; *хачик, нурик* ‘хачапурі’; *жулік* ‘жульєн’; *горшок* ‘гарячий шоколад’; *капич* ‘капучино’; *зеленка* ‘абсент (зеленого кольору)’; *бензин* ‘дешевий віскі’; «*Коза*» ‘горілка «Козацька рада»’ тощо;

7) лексичні одиниці на позначення виробничих процесів, дій і станів:
а) заповнюваність закладу: *биток* ‘повна посадка залу’; *голяк* ‘відсутність гостей у закладі’; *запара, запарка* ‘багато клієнтів і замовлень’; *електричка, волна* ‘великий миттєвий наплив гостей’ тощо; б) робочі дні і години: *Вальпурגיעва ночь* ‘Новий рік’; *жлоб-часы* ‘бізнес-ланч’; дембель ‘кінець робочого дня’; *генералка, генка, зачистка, санаврал* ‘генеральне прибирання’ тощо; в) обслуговування гостей: *пробить стол* ‘занести замовлення в комп’ютерну базу’; *кружить стол* ‘обслуговувати’; *резаць стол* ‘обслуговувати стіл поза чергою’; *разогнать запару* ‘швидко впоратися з потоком гостей’; *блюдо сдохло* ‘страва, яка простояла на роздачі більше 10-15 хв.’; *чай, чаюха* ‘чайові’ тощо; г) стосунки між працівниками закладу: *обцак, работать в кружку* ‘робота всіх чи декількох офіціантів у складчину (чайові розподіляються нарівно)’; *сарафан* ‘співробітники ресторану, що сидять за столами в той час, коли в закладі немає гостей’ тощо;

8) лексеми на позначення професійної документації: *писулька* ‘чек із переліком замовлених страв і напоїв’; *попрошайка* ‘книжка, в якій офіціант виносить чек гостеві’; *встречка* ‘роздрукована замовлення гостя (виходить на кухню чи в барі)’ тощо.

При творенні жаргонізмів ресторанної сфери активно використовуються як традиційні, так і нетрадиційні ресурси словотвірної системи сучасної української / російської мови. Шляхами формування некодифікованої професійної лексики офіціантів є:

1) семантична деривація (метафоризація, метонімічне перенесення): а) іменникова: *пасажир* 'гість'; *приговор* 'рахунок'; *надзиратель* 'суворий адміністратор'; *ексклюзив* 'страва, в якій чогось не вистачає або інгредієнт був замінений без відома гостя'; *пенсія* 'гості похилого віку' та ін.; б) дієслівна: *взять стол* 'прийняти замовлення'; *биться в запаре* 'розгубитися під час великого напливу гостей'; *запороть блюдо* 'неправильно приготувати страву'; *взбодрить салат* 'надати страві товарного вигляду' та ін.; в) прикметникова: *жирний (козирний) стіл* 'гості з великим замовленням' та ін.;

2) усічення та / або деформація слів усупереч загальнономовним моделям: *сом* 'сомельє'; *мен* 'менеджер'; *хост* 'хостес'; *дирик* 'директор'; *інвентура* 'інвентаризація'; *парік* 'пароконвектомат'; *учебки* 'японські навчальні палички для суші', *капич* 'капучино' та ін.;

3) афіксація (зокрема суфіксальний спосіб словотворення): *латтешниці* 'дівчата, які тривалий час п'ють саму лише каву'; *холодниці* 'кухарі холодного процесу'; *постоянники* 'постійні гості'; *суботники* 'гості, що відвідують ресторан щосуботи'; *залетчики* 'люди, які вперше зайшли в конкретний заклад'; *удонниця* 'тарілка під суп «Удон»'; *пикантниця* 'тарілка під пікантний бульйон'; *кашло* 'каша'; *пойло* 'напої власного виробництва' та ін.;

4) абрєвіація та деабрєвіація: *МЗ* 'менеджер зали'; *курбуль* 'курячий бульйон'; *горшок* 'гарячий шоколад'; *КПД* 'картопля по-домашньому' (нове розшифрування загальновідомої абрєвіатури КПД – «коэффициент полезного действия») та ін.;

5) адаптація лексем англійської мови: *манеджер* (*менагер, менегер*) 'менеджер зали' (від англ. *manager*); *бас-бой* 'помічник офіціанта' (від англ. *busboy*); *стейшн, стейшен* 'місце офіціанта, що являє собою стіл для зберігання предметів сервірування столу та найнеобхідніших для роботи речей' (від англ. *station*); *бек* 'службове приміщення закладу' (від англ. *back*) та ін.;

6) мовна гра (фонетична деформація слова, каламбур завдяки звуковій подібності семантично відмінних слів): *гівно* 'говядина'; *спринги* 'спринг-роли'; *жулік* 'жульєн'; *рол «Фіалка»* 'рол «Філадельфія»' та ін.

Узагальнюючи викладене вище, бачимо, що найпродуктивнішими способами творення жаргонізмів ресторанної сфери виявилися метафоризація, усічення та / або деформація слів, суфіксальний спосіб словотворення.

Метафоризація як один з основних шляхів поповнення жаргонної лексики відзначена багатьма дослідниками. Адже метафора узгоджена з емоційно-експресивною функцією професійного мовлення. Так, В. Хімік констатує: «Жаргон як соціально-групова лексико-семантична підсистема принципово орієнтований на метафору, тобто жаргон метафоричний уже за своєю природою» [15, с. 94].

На прикладі аналізованого нами усно-розмовного мовлення працівників рестораних комплексів бачимо, що деякі жаргонні лексеми належать не одній, а кільком соціальним групам, маючи за цього відмінні значення. Напр., *висяк* 'позиція (страва, напій), яку помилково занесли до замовлення в комп'ютер і її треба продати' – у жаргоні офіціантів і 'нерозкритий злочин' – у жаргоні поліцейських; *дембель* 'кінець зміни' – у жаргоні офіціантів і 'демобілізація після закінчення строку військової служби', 'військовозобов'язаний, котрий закінчив військову службу' – в армійському жаргоні; *ручник* 'серветка (на руці офіціанта)' – у жаргоні офіціантів, 'ручне гальмо' –

у жаргоні автомобілістів, ‘анаша’ – у жаргоні наркоманів, ‘онаніст’ – у кримінальному жаргоні тощо.

Оскільки соціолекти не є замкненими структурами, то їхні елементи взаємодіють, проникаючи з одної системи в іншу. За цього мовні одиниці можуть змінювати форму і значення. На позначення такої взаємодії жаргонних елементів у лінгвістичній літературі вживають термін інтержаргон.

Як зазначають у своїй статті С. Мартос і К. Лисюк, «проблема міжжаргонної взаємодії – складна й неоднозначна. Межі різних жаргонних підсистем розмиті й рухливі, чимало жаргонізмів семантично перехреснюються на рівні своєї значеннєвої периферії, унаслідок чого ті самі мовні засоби трактують як такі, що водночас належать різним жаргонно-сленговим підсистемам» [7].

У контексті сказаного доречно додати, що працівники ресторанної сфери в усному професійному мовленні досить широко вживають лексику загального жаргону/сленгу, просторіччя, вульгаризми (напр., *чорнило* ‘дешеве вино’, *моча* ‘погано зварена кава’, *курулка* ‘місце для паління’, *срач* ‘безлад на робочому місці’, *бомжі* ‘гості, які замовляють найдешевше меню і не залишають чайових’ та ін.). Це ще раз доводить, що будь-який професійний жаргон не є однорідним і вибудовується на основі декількох джерел.

Окрім того, записаний нами лексико-фразеологічний матеріал представлений також одиницями, що виконують конспіративну щодо співрозмовників та контенту тексту функцію (напр., *нарізати ковбасу* ‘наливати спиртне в чарки’; *їсти ковбасу* ‘нишком (таємно від керівника) пити алкогольні напої’; *переучет* ‘бармен і офіціант пробують алкогольні напої’; *програма «бонус плюс»* (у прямому значенні – додаток до страви) ‘тарган або волосся у страві’; *абориген* ‘бомж, що зайшов до закладу’; *Чума і Дрита* ‘два негри’ та ін.). Тобто йдеться про арго – штучно створювану умовну говірку певної вузької замкненої соціальної або професійної групи, незрозумілу для сторонніх [2, с. 24] і його одиниці – арготизми. Однак цей аспект може стати предметом окремих подальших студій мовознавців.

Висновки. Отже, усе викладене вище дає підстави зробити такі висновки.

Професійний жаргон – невід’ємна некодифікована складова будь-якого фахового мовлення. Основними диференційними ознаками професійних жаргонізмів є: високий ступінь експресивності; стилістична зниженість; варіативність (фонетична, морфологічна) одиниць професійного жаргону; наявність розвинених синонімічних рядів до найбільш уживаних та важливих у професії назв об’єктів, предметів, явищ, дій, процесів, станів; полісемія; використання різноманітних словотвірних засобів мови як механізму формування професійних жаргонізмів; обмежене виключно розмовним неформальним фаховим мовленням середовище побутування.

Професійний жаргон офіціантів представлений такими головними номінативно-тематичними групами, як лексеми на позначення: працівників ресторанного закладу; категорій відвідувачів; відділів, підрозділів закладу; професійного обладнання; предметів посуду і сервірування; продуктів, страв і напоїв; виробничих процесів, дій та станів; професійної документації тощо.

При творенні жаргонізмів ресторанної сфери активно використовуються як традиційні, так і нетрадиційні ресурси словотвірної системи сучасної мови: семантична деривація, усічення та/або деформація слів усупереч загальномовним моделям, афіксація, абрєвіація та деабрєвіація, адаптація лексем англійської мови, мовна гра тощо. Відмінною рисою жаргонного словотворення є прагнення мовців створити більш експресивні, ніж наявні у фаховому мовленні, засоби вираження.

Жаргон офіціантів не є замкненою системою і взаємодіє з іншими стратами мови.

Насамкінець варто зазначити, що жаргон працівників ресторанної сфери, порівняно з жаргоном інших професійних груп (передусім зайнятих інтелектуальною діяльністю – перекладачів, викладачів, журналістів та ін.), тяжіє до зниженості, до вживання маргінальних мовних одиниць. Це пояснюється недостатньо високим освітнім та культурним рівнем його носіїв, стресовістю професійних ситуацій та швидкістю реагування на них, тобто потребою «розрядитися», «випустити пару».

Список використаної літератури

1. Банщикова М. А. Англоязычный профессиональный жаргон в немецком письменном дискурсе / М. А. Банщикова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2010. – № 5. – С. 73–75 ; Banshchikova M. A. Angloyazychnyy professionalnyy zhargon v nemetskom pismennom diskurse / M. A. Banshchikova // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya : Lingvistika. – 2010. – № 5. – S. 73–75.

2. Голянич М. І. Словник лінгвістичних термінів : лексикологія, фразеологія, лексикографія / М. І. Голянич, Р. І. Стефурак, І. О. Бабій ; за ред. М. І. Голянич. – Івано-Франківськ : видавець Голіней О. М., 2011. – 268 с. ; Holianych M. I. Slovnyk lnhvistychnykh terminiv : leksykolohiia, frazeolohiia, leksykohrafiia / M. I. Holianych, R. I. Stefurak, I. O. Babii ; za red. M. I. Holianych. – Ivano-Frankivsk : vydavets Holinei O. M., 2011. – 268 s.

3. Давыдова М. Л. Профессиональный юридический жаргон : проблема определения границ понятия [Электронный ресурс] / М. Л. Давыдова, Н. Ю. Филимонова // Сибирская ассоциация лингвистов-экспертов. – Режим доступа : http://siberia-expert.com/publ/konferencii/konferencija_2012/m_1_davydova_n_ju_filimonova_professiona_lnyj_juridicheskij_zhargon_problema_opredelenija_granic_ponjatija/10-1-0-279 ; Davydova M. L. Professionalnyy yuridicheskij zhargon : problema opredeleniya granits ponyatiya [Elektronnyy resurs] / M. L. Davydova, N. Yu. Filimonova // Sibirskaya assotsiatsiya lingvistov-ekspertov. – Rezhim dostupa : http://siberia-expert.com/publ/konferencii/konferencija_2012/m_1_davydova_n_ju_filimonova_professiona_lnyj_juridicheskij_zhargon_problema_opredelenija_granic_ponjatija/10-1-0-279

4. Жаргон общепита [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.judaswaiter.blogspot.com/2012/12/blog-post_10.html ; Zhargon obshchepita [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa : http://www.judaswaiter.blogspot.com/2012/12/blog-post_10.html

5. Колеснікова І. А. Сучасний професійний сленг як елемент субкультури [Електронний ресурс] / І. А. Колеснікова. – Режим доступа : <https://core.ac.uk/download/pdf/32609699.pdf> ; Kolesnikova I. A. Suchasnyi profesiyni slenkh yak element subkultury [Elektronnyi resurs] / I. A. Kolesnikova. – Rezhym dostupu : <https://core.ac.uk/download/pdf/32609699.pdf>

6. Крысин Л. П. О перспективах социолингвистических исследований в русистике [Электронный ресурс] / Л. П. Крысин // Russistik. – 1992. – № 2. – С. 96–106. – Режим доступа : <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-92.htm> ; Krysin L. P. O perspektivakh sotsiolingvisticheskikh issledovaniy v rusistike [Elektronnyy resurs] / L. P. Krysin // Russistik. – 1992. – № 2. – S. 96–106. – Rezhim dostupa : <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-92.htm>

7. Мартос С. Взаємодія професійно орієнтованих жаргонів і молодіжного сленгу [Електронний ресурс] / С. Мартос, К. Лисюк // Науковий вісник Херсонського

державного університету. Серія : Лінгвістика. – 2013. – Вип. 17. – С. 90–95. – Режим доступу :

<http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/123456789/344/1/%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BE%D1%812.pdf>; Martos S. Vzaiemodiia profesiino oriientovanykh zharhoniv i molodizhnoho slenhu [Elektronnyi resurs] / S. Martos, K. Lysiuk // Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Serii : Lnhvistyka. – 2013. – Vyr. 17. – S. 90–95. –
Rezhym dostupu :
<http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/123456789/344/1/%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BE%D1%812.pdf>

8. Масенко Л. Т. Нариси з соціолінгвістики : посіб. / Л. Т. Масенко. – Київ : Києво-Могилян. акад., 2010. – 242 с. ; Masenko L. T. Narysy z sotsiolnhvistyky : posib. / L. T. Masenko. – Kyiv : Kyievo-Mohylian. akad., 2010. – 242 s.

9. Павлова О. Терміни, професіоналізми і номенклатурні знаки (до проблеми класифікації спеціальної лексики) / О. Павлова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Проблеми української термінології. – 2008. – № 620. – С. 49–54 ; Pavlova O. Terminy, profesionalizmu i nomenklturni znaky (do problemy klasyfikatsii spetsialnoi leksyky) / O. Pavlova // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika»: Problemy ukrainskoi terminolohii. – 2008. – № 620. – S. 49–54.

10. Ресторанная АБВГДейка [Электронный ресурс] / МС Рыбик // Еда города. – Режим доступа : <http://www://edagoroda.com/slang/>; Restorannaya ABVGDeyka [Elektronnyy resurs] / MS Rybik // Yeda goroda. – Rezhim dostupa : <http://www://edagoroda.com/slang/>

11. Ресторанный сленг [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.restoran-ua.blogspot.com/2011/11/blog-post>; Restorannyy sleng [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa : <http://www.restoran-ua.blogspot.com/2011/11/blog-post>

12. Словарь социолингвистических терминов / отв. ред. В. Ю. Михальченко. – Москва, 2006. – 312 с. ; Slovar sotsiolingvisticheskikh terminov / otv. red. V. Yu. Mikhalychenko. – Moskva, 2006. – 312 s.

13. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг : Соціальна диференціація української мови / Л. Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 464 с. ; Stavyska Lesia. Argo, zhargon, sleng / L. Stavyska. – K. : Krytyka, 2005. – 464 s.

14. Ставицька Л. Український жаргон : словник : містить близько 4070 слів і понад 700 стійких словосполучень / Л. Ставицька. – Київ : Критика, 2005. – 496 с. ; Stavyska L. Ukrainskyi zharhon : slovnyk : mistyt blyzko 4070 sliv i ponad 700 stiikykh slovopoluchen / L. Stavyska. – Kyiv : Krytyka, 2005. – 496 s.

15. Химик В. В. Поэтика низкого, или Просторечие как культурный феномен / В. В. Химик. – Санкт–Петербург : Филол. фак. С. –Петерб. гос. ун–т, 2000. – 272 с. ; Khimik V. V. Poetika nizkogo, ili Prostorechie kak kulturnyy fenomen / V. V. Khimik. – Sankt–Peterburg : Filol. fak. S.–Peterb. gos. un–t, 2000. – 272 s.

Стаття надійшла до редакції 03.11.2017.

I. M. Lunchak

THE FEATURES OF WAITERS' PROFESSIONAL SLANG

This article is the first one in Ukrainian philology, in which specificity of waiters' professional slang is analyzed. The author attempts to single out principal differential signs of professional jargon, outline fundamental nominative-themed categories of waiters' uncodified professional vocabulary and determine the mechanisms of its forming.

Professional slang is essential, non-normative component of any professional speech. It is semi-open lexical-phraseological subsystem, which develops and functions in speech of people of certain profession or occupation and represents expressive, subjectively estimated attitude to one's own professional activity and attitude to itself within this activity.

Principal differential signs of professional jargon include: high degree of expressiveness; stylistic reduction; professional jargon unit's variation (phonetic, morphological); availability of advanced synonymic sets of the most usable and the most important within profession names of objects, things, phenomena, acts; polysemy; usage of various word-building language means as mechanism of professional jargon's forming; sphere of the use, limited by exceptionally colloquial informal professional speech.

Waiters' professional slang is represented by such principal nominative-themed groups as lexical units to refer to restaurant workers; to categories of visitors; to divisions and units of establishment; to professional equipment; to items of crockery and serving; to names of products, meals and drinks; to production processes; to professional documents.

When creating jargon of the restaurant sector, traditional and non-traditional resources of the word-building system of modern language are actively used: semantic derivation, reducing and/or deformation of words in contrast with universal language models, affixation, abbreviation and deabbreviation, adaptation of English lexemes, language game. Speaker's aspiration to create more expressive than present in professional speech means of expression, is the distinctive feature of slang word formation.

Waiters' slang is not a closed system and interacts with other language's strata.

Key words: *slang, professional jargon, professionalism, uncodified vocabulary, argot*

УДК 811.111'42

Г. Г. Лук'янець

РИТОРИЧНА МОДЕЛЬ ПОБУДОВИ ТЕКСТІВ ІНТЕРНЕТ-НОВИН (НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ КОЛОРОНІМІКИ)

У статті схарактеризована риторична модель побудови Інтернет-новин, які репрезентують найбільш поширений та впливовий різновид медіа-дискурсу, демонструють спосіб впливу на масову читацьку аудиторію через функціонування мовних одиниць, зокрема англомовної колороніміки, на етапах текстопобудови – інвенції, диспозиції, елокуції, перформації, та як засобів апелювання до риторичних способів впливу: етосу, логосу й пафосу.

Ключові слова: *апеляція до етосу, пафосу логос, Інтернет-новини, колороніміка, риторична модель текстів, риторичні етапи текстопобудови.*

Постановка проблеми. Зважаючи на масовість та ефективність Інтернет-дискурсу й постійне збільшення ролі його новинного жанру в процесах створення медійної реальності та здійснення впливу на аудиторію за допомогою мовних засобів, виникає необхідність виявити специфіку побудови текстів Інтернет-новин. Дослідження функціонування англомовної колороніміки як системи номінацій забарвлень [4, с. 3] в структурі текстів Інтернет-новин встановлює риторичні