



свого роду законодавець літературної мови, тому сленгізм може бути сприйнятий ними в якості неологізму. Як наслідок, поширення слова в найрізноманітніших колах. Ці новітні процеси становлять цікавий об'єкт для майбутніх мовознавчих та рекламознавчих досліджень.

Наук. керівн. Архипенко Л. М.

**Література:** 1. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э. М. Береговская // Вопросы языкознания. – Кировоград : Графика, 1996. – № 3. – С. 32–41. 2. Какорина Е. В. Трансформация лексической семантики и сочетаемости (на материале языка газет) / Е. В. Какорина // Русский язык конца XX столетия. – Москва : Аквариум, 1996. – С. 21–25. 3. Никитина Т. Г. Так говорит молодежь / Т. Г. Никитина – СПб. : Аврора, 1998. – 592 с. 4. Кудрявцева Л. А. Новое русское просторечие / Л. А. Кудрявцева // Лексико-граматичні інновації в сучасних слов'янських мовах: Матеріали міжнародної наукової конференції. – Донецьк : Кредо, 2005. – С. 224–228.

---

**Гарнат Д. С.**

УДК 881.161.2'276.6:336.762

Студент 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ЖАРГОНІЗМИ У МОВЛЕННІ УКРАЇНСЬКИХ БІРЖОВИКІВ**

*Анотація. Розглянуто значення найбільш поширених біржових жаргонізмів, що досить активно використовуються суб'єктами, які діють на фондовому ринку.*

*Аннотация. Рассмотрены значения наиболее распространенных биржевых жаргонизмов, которые достаточно активно используются субъектами, действующими на фондовом рынке.*

*Annotation. The meaning of the most widespread slang terms of the stock market sphere which are actively used by stock-exchange operators are observed in this article.*

*Ключові слова: жаргон, біржа, мова біржовика.*

Із здобуттям Україною незалежності розпочинає свою історію вітчизняний фондовий ринок. Проте лише в останні роки широкий загал зміг отримати вільний доступ до нього. Саме ця знаменна подія стала фундаментом для виникнення вітчизняного біржового сленгу. Це питання є актуальним для дослідження у зв'язку з тим, що ця група української лексики є відносно молодого й перебуває в стадії активного формування.

Жаргонізми біржової сфери досліджували у своїх працях Винник О. П., Вознюк Г. Л., та Загородній А. Г. та ін.

Метою статті є вивчення базових жаргонізмів, що зустрічаються у мовленні працівників ринку цінних паперів.

До лексичного складу будь-якої мови входить велика кількість сленгових утворень, що відповідає певним соціальним та професійним групам людей. Мова є динамічною системою, тому не дивно, що вона постійно збагачується новими словами, які зазвичай належать до діалектизмів, сленгвізмів, жаргонізмів тощо.

Умовно всю лексику поділяють на літературну та нелітературну. До літературної лексики належать: книжні слова, стандартні розмовні слова, нейтральні слова. Поряд із літературною лексикою також існує й лексика, яку поділяють на професіоналізми, вульгаризми, жаргонізми, арго та сленг. Ця частина лексики відрізняється розмовним, неофіційним характером та емоційною забарвленістю [1, с. 13]. Слід розглянути кожну з груп більш детально.

Професіоналізми – це слова, що використовуються невеликими групами людей, об'єднаних певною професією [2, с. 737].

Арго – мова якоїсь вузької соціальної чи професійної групи, штучно створювана з метою мовного відокремлення; відзначається, головним чином, наявністю слів, незрозумілих для сторонніх. Зазвичай під терміном "арго" розуміють професійний жаргон волоцюг, злодіїв, гангстерів та деяких інших суспільних груп (вуличних торговців тощо) [2, с. 297].

Досить близькими до арго є вульгаризми. Це також грубі слова, що використовується людьми низького соціального статусу: засудженими, торговцями наркотиками, бездомними. Зазвичай вони не вживаються освіченими людьми у суспільстві.

---

© Гарнат Д. С., 2013

Що стосується сленгу, то "сленг" – це слова, що часто розглядаються як порушення норм стандартної мови. Це дуже виразні, іронічні слова, що використовуються для позначення предметів, про які говорять у повсякденному житті [1, с. 13].

Під жаргонізмами слід розуміти соціальний діалект – відрізняється від літературної мови специфічною лексикою та вимовою, але не має власної фонетичної і граматичної системи. Як правило, це словник розмовного мовлення людей, пов'язаних певною спільністю інтересів. Тому й не дивно, що не стали винятком біржовики, в яких у процесі існування й розвитку їхнього ремесла також виник свій жаргон. Але одразу може виникнути запитання: "Чому слова, що використовуються ними, треба відносити до жаргонізмів, а не до професіоналізмів?" Відповідь на це запитання досить проста. Зазвичай професіоналізми є літературними словами і майже завжди їх використовують для чіткого й серйозного означення того чи іншого предмета, чого не можна сказати про своєрідний сленг біржовиків, який дає серйозним економічним термінам брутальні, глузливі, а подекуди навіть лайливі назви. Ще однією передумовою для цього, на думку автора, стало те, що до працівників ринку цінних паперів може ввійти будь-хто, адже для цього майже не має перешкод.

Із розвитком біржової справи в Україні в нашій мові також почав з'являтися біржовий сленг, але все ж зазвичай це слова, які прийшли до нас із російської або англійської мови. Цікавим фактом є те, що, крім специфічних жаргонних слів до мови біржовиків також входять і жести. Необхідно розглянути найчастотніші за вживанням слова.

"*Бовтанка*" – безупинні однотипні угоди купівлі або продажу цінностей, що проводяться спекулянтами, які не здійснюють істотного впливу на кон'юнктуру ринку, що склалася; незаконна спроба брокера зібрати для себе додаткову суму комісійних шляхом прискореної купівлі-продажу цінних паперів за вказівками клієнтів [3, с. 55]. "*Білий слон*" – біржова угода, при якій витрати зазвичай перевищують очікуваний прибуток [3, с. 55]. "*Блакитні фішки*" – акції найбільших і найбільш відомих компаній з хорошою прибутковістю і стійкою практикою виплати дивідендів [4, с. 585]. Брокер "*на узбіччі*" – член старої Нью-Йоркської напівофіційної фондової біржі, яка тепер називається Американська фондова біржа [3, с. 55]. "*Бук*" – біржовий спекулянт, який грає на підвищення [4, с. 580]. "*Ведмідь*" – біржовий спекулянт, який грає на зниження [4, с. 583]. "*Відкупити маржу*" – наказ клієнта брокеру купити найближчий за терміном ф'ючерсний контракт і продати контракт на окремий строк [3, с. 55]. "*Дводоларовий*" брокер – брокер, член фондової біржі, який виконує доручення інших брокерів, особливо в період високої ринкової активності [3, с. 55]. "*Динамітик*" – торговець, який активно продає ненадійні цінні папери [3, с. 55]. "*Довга позиція*" – цінні папери, що придбані дилерами для зберігання у процесі торгівлі або при випуску нових випусків [4, с. 587]. Жертва "*подовжньої ціни*" – подвійний збиток, який завдається: при купівлі цінностей на верхній межі підйому ціни або курсу, при реверсі позиції, тобто продажу на нижній межі падіння кон'юнктури [3, с. 55]. "*Закритий ринок*" – стан ринку, коли курс покупця рівний курсу продавця. Це має місце, якщо ринок обслуговується брокерами, а комісійні за їх послуги сплачуються тільки однією стороною – ініціатором угоди. "*Занурення*" – нетривала затримка в розвитку ринкової кон'юнктури або незначна зміна цін на біржі [3, с. 55]. "*Кішки і собаки*" – вкрай спекулятивні і, як правило, оцінювані низько ринком фондові цінності, за які не виплачуються дивіденди [3, с. 56]. "*Копчений оселедець*" – попередній проспект, який у загальних рисах інформує про емісію облігаційної позики. У ньому не вказані такі основні параметри, як ціна, розмір комісійних. Він може бути випущений до набуття чинності заяви про реєстрацію емітента [3, с. 56]. "*Коротка позиція*" – продаж дилером цінних паперів із надією на швидке падіння цін [4, с. 591]. "*Магазин*" – дилерська компанія, яка проводить угоди з купівлі-продажу облігацій [3, с. 56]. "*Обідрана облігація*" – облігація з окремими процентними купонами, які можуть бути вилучені з метою погашення або для самостійної купівлі-продажу. "*Піймати котирування*" – так кажуть про дилера, який згоден продати валюту за курсом покупця, що котирується іншим дилером, кажуть, що він "піймав котирування" [3, с. 56]. "*Повітряна яма*" – нестійке становище, в якому опиняються фондові цінності у зв'язку з раптовим або надзвичайним падінням їх курсу, якщо воно виходить далеко за межі допустимого відхилення, передбаченого структурою всього портфеля, або відбувається на фоні загального зміцнення ринку [3, с. 57]. "*Прорив*" – розвиток кон'юнктури усього ринку або його окремих секторів за межі його рівня, коли стає очевидним опір продавців або покупців [3, с. 57]. "*Противитися ринку*" – діяти всупереч традиційній ринковій поведінці: продати на короткий термін у період зростання кон'юнктури і купити на довгий термін, коли ринок "знижується" [3, с. 57]. "*Реєстрація з чорного ходу*" – нетрадиційний спосіб проникнення до списків членів фондової біржі компанії, яка не відповідає вимогам лістингу. Як правило, "*реєстрація з чорного ходу*" відбувається шляхом поглинання сильним аутсайдером меншої за розміром, але зареєстрованої компанії, з подальшою реєстрацією під своїм ім'ям [3, с. 57]. "*Сліпий брокер*" – брокер, який виступає від свого імені і не розкриває імен своїх клієнтів іншим учасникам операцій. Цей порядок є загальноприйнятим, але на ринку термінових євродепозитів не застосовується [3, с. 57]. "*Скальпер*" – спекулянт, який здійснює операції із великими обсягами цінних паперів, проте з метою мінімізації ризиків перепродає їх з мінімальною надбавкою. "*Склянка*" – діалогове вікно в терміналі для біржової торгівлі, у якому відображаються заявки. "*Сісти на пилку*" – означає "*купляти дорого, а потім продавати дешево*" або навпаки. Зазвичай у таку ситуацію потрапляють молоді трейдери. Але такий термін не застосовується до торговця, який заклав свою позицію по стоп-лосу [3, с. 57]. "*Справа рук однієї людини*" – ціна, що котирується на ринку в тому випадку, якщо обидві сторони котирування оголошені однією й тією ж особою [3, с. 57]. "*Отруйні пілюлі*" – збільшення статутного капіталу шляхом випуску нових акцій без права голосу [3, с. 57]. "*Точне попадання*" – незвичайно великий операційний прибуток, отриманий від продажу акцій після короткочасного володіння ними [3, с. 57].



Отже, як видно, в українську мову вже ввійшло багато біржових жаргонізмів, що досить активно використовуються суб'єктами, які діють на фондовому ринку. Більшість із них з англійської та російської мов. Проте варто зазначити, що це далеко не всі сленгові слова. На цьому, на думку автора, процес збагачення нашої мови такими словами не завершився, оскільки фондовий ринок так само, як і мова, є динамічною системою. Тому згодом обов'язково будуть з'являтися нові сленгові утворення у біржовій сфері.

*Наук. керівн. Архипенко Л. М.*

**Література:** 1. Белаш А. В. Сленг та його роль у сучасній комунікації / А. В. Белаш // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2012. – № 9. – С. 12–16. 2. Сучасний тлумачний словник української мови / [авт.-уклад. Дубічинський В. В.]. – Х. : ШКОЛА, 2006. – 1008 с. 3. Берлач А. І. Організаційно-правові основи біржової діяльності / А. І. Берлач, Н. А. Берлач, Ю. В. Ілларіонов. – К. : Фенікс, 2000. – 336 с. 4. Сохацька О. М. Біржова справа : [підручник] / О. М. Сохацька. – Тернопіль : Карт-бланш, 2008. – 632 с.

---

**Ткаченко Ю. О.**

УДК 811.161.2:808.5

Студент 1 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **КУЛЬТУРА МОВЛЕННЯ ТА УКРАЇНСЬКИЙ МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ**

*Анотація. Розглянуто культуру мовлення українського народу, функції та значення мовленнєвого етикету, неоднорідність його складу. Визначено роль культури мовних стосунків у житті українського народу.*

*Аннотация. Рассмотрены культура речи украинского народа, функции и значение речевого этикета, неоднородность его состава. Определена роль культуры языковых отношений в жизни украинского народа.*

*Annotation. The article deals with issues such as speech culture of the Ukrainian people, functions and importance of speech etiquette, the heterogeneity of its composition. The role of cultural linguistic relationships in the life of the Ukrainian people was defined.*

*Ключові слова: культура мовлення, мовленнєвий етикет.*

Мовлення людини – це своєрідна візитна картка, свідчення рівня освіченості людини, її культури, а разом з тим, через сукупну мовленнєву практику мовців – і показник культури суспільства.

Культура мовлення – це система вимог, регламентацій стосовно вживання мови в мовленнєвій діяльності (усній чи писемній).

Досліджувана проблема є безперечно актуальною, тому що висока культура мовлення є життєвою необхідністю кожної людини.

Мета роботи – дослідження культури мовних стосунків українського народу та мовленнєвого етикету.

Проблему мовленнєвого етикету та культури мовлення досліджували Стельмахович М. Г., Богдан С. К., Шевчук С. В. та ін.

Людина з низькою культурою мовлення порушує правила слововживання, граматики, вимови та наголошування, написання. Якщо ж людина володіє культурою мовлення, то про неї кажуть, що це людина розвинутого інтелекту й високої загальної культури.

Український народ здавна відзначався культурою мовних стосунків. Турецький мандрівник Евлія Челебі після перебування в 1657 році в Україні писав, що українці – це стародавній народ, а їхня мова всеосяжніша, ніж перська, китайська, монгольська. До речі, його цікавили лайливі слова в різних мовах. Так от, у цій "всеосяжній" українській мові йому вдалося знайти аж чотири лайливі вирази: "щезни, собако", "свиня", "чорт", "дідько" [1].

Культура мовлення суспільства – це чи не найяскравіший показник стану його моральності, духовності, культури взагалі. Словесний бруд, що заповонив наше мовлення, мовленнєвий примі-

---

© Ткаченко Ю. О., 2013