



у процесі формування словника сучасної молоді людини. Процес запозичення відбувається постійно, відображаючи нові реалії нашого життя, даючи їм нові найменування. Але не можна допустити, щоб такі процеси проходили стихійно, невмотивовано, бо часто яскрава та приваблива запозичена лексема є зовсім непродуктивною в системі сучасної української мови.

На сьогодні англіцизми в молодіжному сленгу займають важливе місце, але необхідно пам'ятати, що їхнє надмірне вживання веде до збіднення рідної мови. З одного боку, такі сленгові вирази можна вважати згубними для української мови, проте з іншої – їх вживання інколи просто необхідне з погляду на глобальний вплив англосмовної культури та технологій. Тому важливо поважати й зберігати традиції української літературної мови, використовувати такі вирази в певному соціально-культурному оточенні, де вони справді будуть доречні.

*Наук. керівн. Архипенко Л. М.*

**Література:** 1. Селігей П. О. Що нам робити із запозиченнями? / П. О. Селігей // Українська мова. – 2007. – № 3. – С. 3–15. 2. Чернікова Л. Ф. Англіцизми в сучасній українській мові / Л. Ф. Чернікова, Т. І. Смілик // Филологические науки. – № 9. – 2008. – С. 129–133. 3. Ажнюк Б. М. Мовні зміни на тлі деколонізації та глобалізації / Б. М. Ажнюк // Мовознавство. – 2001. – № 3. – С. 45. 4. Баранник Д. Х. Українська мова на межі століть / Д. Х. Баранник // Мовознавство. – 2001. – № 3. – С. 40.

---

**Рубан В. В.**

УДК 81'373.42:33

Студент 1 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ ім. С. Кузнеця

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПАРОНІМІВ У ПРОФЕСІЙНОМУ МОВЛЕННІ ЕКОНОМІСТА**

*Анотація. Розкрито проблему стилістичного слововживання, а саме паронімів, у професійній мові економістів. Розглянуто семантичні особливості та функціонування паронімів на прикладі найуживаніших економічних термінів і професіоналізмів у сучасному діловому мовленні.*

*Анотация. Раскрыта проблема стилистического словоупотребления, а именно паронимов, в профессиональном языке экономистов. Рассмотрены семантические особенности и функционирование паронимов на примере наиболее употребляемых экономических терминов и профессионализмов в современной деловой речи.*

*Annotation. The article deals with the problem of stylistic word usage, namely paronyms in the professional language of economists. Semantic features and operation of paronyms has been considered with the most common economic terms and jargon words of modern business communication as an example.*

*Ключові слова: пароніми, паронімія, професійна мова, професійне мовлення.*

Мовна культура – це основна ознака та складова культури людини в цілому, запорука не лише фахової досконалості та професіоналізму, а й зростання творчого потенціалу особистості. Проблема якісної мовної підготовки в Україні й дотепер залишається актуальною.

Особливості вживання паронімів у професійному мовленні економістів розглядали такі мовознавці, як: О. П'ятецька, О. Панкова, В. Григор'єва, Д. Гринчишина, А. Критенко, О. Сербенська, О. Тараненко та ін. Вчені давно звернули увагу на існування таких близько звучних слів, на відмінності між ними у значенні та на можливі помилки у їх вживанні. Проте й до цього часу існує чимало розбіжностей у поглядах дослідників і на саме явище паронімії, і на групи, які можна включати до паронімів.

Мета статті – розглянути явище паронімії в професійному мовленні економіста.

При широкому розумінні паронімії до паронімів зараховують усі слова, що мають звукову подібність, не враховуючи морфемного складу слова, – і різнокореневі, і спільнокореневі (досвід – дослід, громадський – громадянський). Якщо ж розуміють паронімію вузьче, то в патронімічні групи включають тільки спільнокореневі слова, які мають певний змістовний зв'язок (комунікативний – комунікаційний, хронікальний – хронічний). Семантичні зв'язки між паронімами можуть бути різними – синонімічними, антонімічними, іноді це слова з близьким, суміжним значенням або члени однієї тематичної групи. Основну групу паронімів становлять слова, що семантично пов'язані між собою, частково збігаються за морфемним складом, близькі за походженням.

У зв'язку зі змінами, що відбулися за останні десятиліття в політичному й соціально-економічному житті України, зростає інтерес до аналізу та досліджень професійної лексики, до складу

---

© Рубан В. В., 2014

якої постійно надходить велика кількість іншомовних слів, формується нова власне українська лексика на позначення різних понять і процесів, водночас збагачується система галузевої термінології різних наукових дисциплін: економіки, правознавства, інформатики тощо.

Одна із важливих умов опанування професійної мови та формування професійної компетентності майбутніх фахівців – це стилістично та семантично точне слововживання. Саме незнання чи нерозуміння лексичного значення слова стає причиною численних помилок в усній та писемній мові, зокрема й уживанні паронімів – слів, які дуже близькі за звучанням, але різні зазначенням і написанням. Саме ця близькість, незначна звукова різниця у мовленні спричиняє труднощі у засвоєнні і призводить до помилок. Паронімія – явище, поширене у всіх сферах мовної діяльності [1].

Якщо в художньому чи розмовному стилях пароніми можуть використовуватися як ефективний засіб посилення виразності, то в офіційно-діловому та науковому стилях паронімія охоплює термінологію, неправильне оперування якими може суттєво змінити зміст документа, публічного виступу чи наукового тексту, тому це явище потребує особливої уваги. Увагу дослідників привертає розгляд семантичних особливостей та функціонування паронімів на прикладі найуживаніших економічних термінів і професіоналізмів у сучасній діловій мові та явища міжстильової паронімії.

Відомо, що за характером смислових зв'язків розрізняють синонімічні, антонімічні, тематичні, семантично близькі пароніми.

З-поміж економічних термінів до синонімічних паронімів можна віднести, наприклад, широко вживані прикметники торговий – торговельний, торговий знак, торгова марка, торговельний ряд, торговельне об'єднання. Від цих прикметників утворилися складні слова: торгово-промисловий (торговельно-промисловий), торгово-кооперативний (торговельно-кооперативний), торгово-фінансовий (торговельно-фінансовий), торгово-виробничий (торговельно виробничий).

Прикладом антонімічних паронімів в економічній сфері можуть бути такі терміни: консигнант (постачальник товару на склад посередника) – консигнатор (посередник, який здійснює зберігання товару постачальника), наприклад: консигнант товару, консигнатор у торгових операціях; індосат (жират) – індосант (жирант), наприклад: при оформленні іменного індосаменту вказується ім'я особи, що передає цей документ (індосант), а також ім'я набувача (індосата).

Тематичні пароніми становлять такі пари слів зі сфери економіки: асигнівка (документ, розпорядження, на підставі якого отримують і видають кредити, позичку юридичним або фізичним особам) – асигнування (виділення певної суми грошей для цільового призначення), наприклад: оформити асигнівку, планування асигнувань на рекламу товару; брокераж (проведення комерційних біржових операцій з цінними паперами за дорученням продавця або їх покупця) – брокеридж (винагорода, премія), яку отримує брокер за проведені комерційні операції на фондових чи товарних ринках, наприклад: брокеридж у вітчизняних агентствах нерухомості; брокераж яхт в Україні; товариство «Перестраховий брокераж»; банк (кредитно-фінансова установа, що акумулює кошти, надає кредити, здійснює грошові розрахунки, операції з іноземною валютою, золотом та цінними паперами) – банко (курс, за яким банк купує і продає цінні папери), наприклад: відкрити рахунок у банку, банко на купівлю цінних паперів; ліцензія (письмове повноваження, що надається особою, яка має виключне право дозволяти використання об'єкта права інтелектуальної власності іншій особі та про надання їй права на використання цього об'єкта в певній обмеженій сфері) – ліценція (дозвіл на відступ від загальноприйнятих правил у якому-небудь виді діяльності; знижка з тарифного мита), наприклад: ліцензія на здійснення приватної охоронної діяльності; оформлення всіх видів ліцензій на господарчу діяльність; ліценція при ввезенні та вивезенні товару через кордон [2].

Окрему групу становлять міжстильові пароніми. Це слова, схожі за будовою і звучанням, що можуть вживатися в різних стилях чи належати до сфер різних наукових дисциплін. Слід навести приклади таких слів-паронімів:

а) з різних сфер професійного спілкування: дисконт (фінансовий облік векселів у банку; відсоток, який одержує банк під час обліку векселів) – дискант (високий дитячий голос (хлопців), що відповідає у хоровому співі жіночому сопрано); дисконт надається пенсіонерам; вирізнятися чудовим дискантом; артикул (узгагальнений показник, що характеризує основні функціональні та якісні властивості товару: тип, шифр, об'єм, призначення) – артикль (службове слово, яке вживається з іменем для позначення роду, числа, відмінка в деяких мовах): артикул товару; вживання артиклів в англійській мові; дебет (фінансова ліва сторона бухгалтерського рахунку, в якій відображають господарчі операції методом подвійного запису) – дебет (технічна кількість нафти, газу, води, що дає джерело за одиницю часу); записувати в дебет; заносити рахунки активу й пасиву в дебет; дебіт газових свердловин, дебет вентилятора; жир (ліпід – речовина, яку використовує організм для енергетичних і пластичних цілей) – жири (вид безготівкових розрахунків): рослинний жир, тваринний жир; платіж жири;

б) паронімія загальноживаних стилістично нейтральних слів та слів-термінів: девіза (фінансовий вексель, чек тощо, виписаний в іноземній валюті для оплати його за кордоном) – девіз (стисле формулювання провідної ідеї, програми дій): використання девіз у міжнародних розрахунках, належати до девізів, девізна політика; девіз життя, придумати девіз; концесія (договір, на підставі якого держава на певних умовах і на певний строк передає фізичним чи юридичним особам, у тому числі іноземним, право експлуатації лісів, надр, будівель тощо) – концепція (система поглядів на певні явища, спосіб тлумачення дій, розуміння теорії): суб'єкт, що отримав концесію; укласти концесію на певний строк; концесійна угода; концесійне інвестування; концесійний договір; концепція профільного навчання в старшій загальноосвітній школі; філософська концепція; комітет (особа в договорі комісії, що доручає іншій особі здійснити за винагороду одну або кілька операцій з товаром, акціями, іноземною валютою) – комітет (колегіальний орган управління, що керує будь-якою сферою державної, господарської, суспільної діяльності): комітет не повинен уводити в податкову базу суму, що надійшла на рахунок; комітет



статистики; комітет захисту прав споживачів; комітет виборців України; контролінг (облік і контроль на фірмі, підприємстві; профільний підрозділ фірми) – контроль (дії, пов'язані з перевіркою знань та виконання завдань); контролінг збутової політики в системі управління підприємством; застосовувати експериментальну методику з використанням тестового контролю знань у навчальному процесі;

в) паронімія розмовної лексики та слів-термінів: жирувати (у розумовому житті в достатку, надмірній розкоші) – жирирувати (в економічному значенні переказувати вексель на іншу особу за допомогою передавального запису на борговому зобов'язанні), наприклад: хто жирував, а хто страждав; жирирувати вексель на іншу особу.

Отже, явище паронімії характерне не лише для сфери певної наукової галузі одного стилю, а й має міжстильове вираження, що свідчить про потребу бездоганного знання точних значень слів та їх правильного вживання, дотримання норм культури мови.

*Наук. керівн. Архипенко Л. М.*

**Література:** 1. П'ятецька О. Пароніми в професійній мові економіста / О. П'ятецька // Всеукраїнський журнал "Культура слова". – 2010. – № 73. С. 146. 2. Гринчишин Д. Г. Словник паронімів української мови / Д. Г. Гринчишин, О. А. Сербенська. – К. : Радянська школа, 1986. – 222 с.

---

**Сабліна А. С.**

УДК 811.161.2.276.5:378.18

Студент 1 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ ім. С. Кузнеця

## ОСОБЛИВОСТІ СТУДЕНТСЬКОГО СЛЕНГУ

*Анотація. Розглянуто сутнісні підходи до поняття "студентський сленг". Виявлено його особливості, причини вживання сленгу студентами. Встановлено значення сленгових одиниць і виразів. Визначено фактори, які впливають на утворення сленгізмів. Розглянуто основні характеристики сленгу з позиції закону економії мови в гіпертрофованому вигляді.*

*Аннотация. Рассмотрены существенные подходы к понятию "студенческий сленг". Выявлены его особенности, причины употребления сленга студентами. Установлено значение сленговых единиц и выражений. Определены факторы, которые влияют на образование сленгизмов. Рассмотрены основные характеристики сленга с позиции закона экономии языка в гипертрофированном виде.*

*Annotation. The article deals with the essential approaches to the concept of students' slang. Its features, causes of the use of slang by students have been revealed. The meaning of slang words and expressions has been determined. The factors that affect the formation of slang have been revealed. The main characteristics of slang from the standpoint of the law of economy of language in the hypertrophied form have been considered.*

*Ключові слова: молодіжний сленг, студентський сленг, лексеми.*

Дослідження студентського сленгу тісно пов'язане із сучасною молодіжною субкультурою, яка в основному визначається специфікою навчального закладу, дозволенням, поведінкою, своєрідністю моди та смаків, популярними напрямками в музиці тощо.

Особливості студентського сленгу досліджували Л. Радзиховський, Л. Ставицька, Т. Нікітіна, Й. Дзензелівський, А. Мазурова, Т. Кондратюк та ін.

Мета роботи полягає в дослідженні студентського сленгу як мовного явища.

На формування й життєдіяльність молодіжного сленгу, насамперед, впливає студентський колектив, реалії студентського побуту, навчання, навколишнє оточення, спілкування між ровесниками інших вузів, почуття гумору.

Одним із наслідків соціальних трансформацій в Україні кінця ХХ – початку ХХІ стала зміна співвідношення нормативного й ненормативного у мові. Не лише в усному мовленні, а й у засобах масової інформації, у художній літературі відбувся своєрідний вибух жаргонної, зниженої розмовної, навіть нецензурної лексики. Нова соціальна парадигма функціонування мови дзеркально відображається у свідомості молоді як найбільш мобільному прошарку суспільства. Актуальності в сучасному мовознавстві набувають студії, об'єктом дослідження яких є молодіжний сленг.

Сленг – це слова, що часто розглядаються як порушення норм стандартної мови. Це дуже виразні, іронічні слова, що слугують для позначення предметів, про які говорять у повсякденному

---

© Сабліна А. С., 2014