УДК 821.161.2’373.421’373.46:330
Бондарчук К.С.[1], Паук П.О.[2]
[1] доц. НУ «Запорізька політехніка»
[2] студ. гр. БТЕ-0815 НУ «Запорізька політехніка»

ГРУПИ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЗА СЕМАНТИКОЮ

К.С. Бондарчук, П.О. Паук

Економічна термінологія є досить великим за обсягом прошарком лексики, що інтенсивно розвивається та активно взаємодіє з іншими шарами лексики, насамперед загальновживаної. Тому вивчення термінологічної лексики, її структури та семантики – одне з важливих завдань сучасної лінгвістики. Зокрема, учені-термінологи досліджують як загальні питання розвитку економічних термінів (Т. Дячук, Т. Курило, Т. Панько, Г. Чорновол), так і функціювання їх різних лексико-семантичних груп. Мета нашої роботи – визначити найбільш уживані лексико-семантичні групи економічної термінології в українській мові.

Будь-яка термінологія перебуває в постійних контактах із загальнолітературною та побутовою лексикою і зазнає її впливу, тому вона містить певну кількість синонімів. В основному синонімами є терміни власне українські та інтернаціоналізми (*завдаток – аванс; інновація – новинка; знецінення – інфляція; застава – заклад – іпотека*). Синонімічні ряди часто утворюють терміни власне українського походження: *заборгованість, борг; цінність, вартість* або тільки запозичені терміни: *вексель, римеса; агент, брокер, дилер; комерсант, бізнесмен*.

Серед економічних термінів наявні також омоніми, які утворюються внаслідок випадкового збігу звучання слів або певного розходження значень багатозначного слова, коли зв’язки між значеннями вже втрачені. Наприклад: *закла́д* (закладання майна), *за́клад (будівля, організація); кре́дит* (права сторона бухгалтерських рахунків), *креди́т* (позика в грошовій чи товарній формі); *ме́та* (умова угоди), *мета́ (*ціль).

Для економічної термінології властиві також антоніми – групи слів, що складаються з двох лексичних одиниць. Антонімічними можна вважати терміни, що протиставляються за найбільш загальною і суттєвою для їх значення семантичною ознакою та перебувають на крайніх точках

відповідної лексико-семантичної парадигми. Наприклад: *зростання – спад; імпорт – експорт; прибуток – збиток; продаж – купівля.*

Достатньо численну групу становлять терміни-пароніми, близькі за звуковим складом і звучанням, але різні за значенням: *акціонерний – акціонерський; база – базис; гарантійний – гарантований; економіка – економія; інформативний – інформаційний; реклама – рекламація*.

Отже, достатньо вагоме місце серед лексико-семантичних економічних термінолексем посідають синоніми, омоніми, антоніми, пароніми, притаманні не лише загальновживаній лексиці, а й термінології; за походженням вони належать як до власне української, так і іншомовної лексики.