

*Черняховська Ольга Миколаївна,
Національний університет «Острозька академія»*

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНОГО ПОЛЯ ТЕРМІНОЛЕКСИКИ «SALES CONTRACT»

Мова – це складна система з чітко визначеними рівнями, між якими існують певні взаємовідношення і відбуваються різноманітні кореляції. Вивченням системних зв'язків лексики займалося багато науковців, зокрема Й. Трип, Ю. Н. Караулов, Ю. С. Степанов, А. А. Уфимцева, Г. С. Щур, Б. Ю. Городецький, В. П. Абрамов, Л. А. Новіков, А. В. Бондарко та інші науковці.

Актуальність цієї статті полягає в тому, що виконане дослідження доповнює вчення про організацію лексики в лексико-семантичному полі «Sales Contract».

Метою статті є аналіз мовних особливостей ЛСП «Sales Contract».

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення **наступних завдань**:

- Визначення поняття «лексико-семантичне поле» та його характерних особливостей;

- Дослідження термінолексики контракту купівлі-продажу.

Об'єкт дослідження – лексико-семантичне поле «Sales Contract».

Предмет – лінгвістичні особливості ЛСП «Sales Contract».

У сучасному мовознавстві лексико-семантичне поле визначається як семантико-парадигматичне утворення, що має певну автономність і специфічні ознаки організації: спільну нетривіальну частину у тлумаченні, ядро-периферійну структуру, існування зон семантичного переходу [1: 78].

Як зазначає І. М. Кобозева, семантичне поле має декілька основних властивостей:

1. наявність семантичних відношень (кореляцій) між словами;
2. системний характер цих відношень;
3. взаємозалежність та взаємообумовленість лексичних одиниць;
4. відносна автономність поля;

5. безперервність позначення його смислового простору;

6. взаємозв'язок семантичних полів у межах всієї лексичної системи [2: 41].

Важливим питанням у дослідженні лексики наукових галузей як складового елементу ЛСП є аналіз її головного поняття – терміна. Хоча в науці досі не існує єдиного погляду щодо цієї мовної універсалії, адже лінгвісти по-різному розглядають цю дефініцію. Під терміном, зазвичай, розуміється мовний засіб вираження спеціального поняття, що виконує номінативну функцію, зокрема дієслова та іменники.

Проаналізувавши контракти, ми встановили, що у термінолексичі ЛСП «Sales Contract» переважають синонімічні зв'язки, наприклад, *to provide – to supply – to maintain – to issue – to offer; to purchase – to get – to acquire – to obtain; to execute – to deliver – to perform – to implement; to encompass – to cover – to include – to incorporate – to contain*. Частота вживання зв'язків на основі антонімії значно менша, як-от: *to deliver – to receive; to terminate – to begin; Seller – Buyer; Supplier – Purchaser*. Крім того, наповнення контракту одиничними словами-зв'язками свідчить про те, що кожна лексема має спеціальне місце у полі. Наприклад, *hereinafter* заміняє «*referred to later in this document*» і ставиться перед скороченою назвою однієї із сторін контракту.

Отже, лексико-семантичне поле «Sales Contract» - це структура, що містить у собі чималу кількість слів та словосполучень, які пов'язані між собою різними видами зв'язків, зокрема синонімічними та антонімічними.

Список літератури:

1. Денисова С.П. Типологія категорій лексичної семантики. – К.: Вид-во Київського держ. Лінгвістичного ун-ту, 1996. – 294с.;
2. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика: учебник. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 352 с.
3. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. – Oxford: Oxford University Press, 2004. – 1540 p.