

изучением конкурентных преимуществ и в целом с разработкой мер повышения конкурентоспособности объекта управления (государства, региона, муниципального образования, отдельных экономических субъектов на территории объекта управления (домашних хозяйств, частно-предпринимательской сферы бизнеса, государственных и муниципальных предприятий).

Оптимальным считается решение, которое с позиции количественных методов дает наилучший результат из множества возможных.

Важную роль в процессе принятия управленческих решений в контексте инновационной экономики может сыграть имеющийся опыт зарубежных коллег в определённой области, или на стыке областей. При возникновении устойчивой позитивной межкультурной коммуникации выигрывают все стороны, поскольку все стороны получают инновационный продукт, затрачивая меньше ресурсов, времени и сил. Стоит отметить, что на данный момент, когда идёт масштабная гонка инноваций, такие преимущества могут стать решающими в борьбе за возможный потребительский рынок.

Кроме того, не стоит забывать и о возможности использования ресурсов и сырья другого государства, государства-партнёра, в случае ограниченности собственных ресурсов, например полезных ископаемых, что является, в первую очередь, актуальным для Беларуси. В таком случае, оба партнёра получают выгоду в виде технологий с наименьшими возможными затратами для себя.

Швецова Е. В.

кандидат филологических наук Университета машиностроения
(МАМИ). г. Москва, Российская Федерация

ПОЛИПАРАДИГМАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕРМИНА «АВТОМОБИЛЬ»

Современная лингвистическая наука имеет множество отраслей и направлений, дающих исследователю уникальную возможность изучать язык с разных ракурсов и различными способами. Связующим звеном в таких многоплановых исследованиях служит установившийся на нынешнем этапе развития научной мысли антропоцентрический подход. Молодые отрасли современного языкознания – антропологическая лингвистика, когнитивная лингвистика, психолингвистика – базируются на принципах антропоцентризма, признавая человека отправной точкой современных исследований. В свою очередь, антропоцентрический подход к изучению языка, вместе с происходящими в обществе процессами глобализации, стал причиной возросшего интереса к исследованию термина. Обращение исследователей к специальной лексике способствует более успешному взаимодействию и взаимопониманию представителей

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by

различных профессиональных сообществ, относящихся порой к разным социальным, культурным, языковым группам.

Применение одного из основных методов социолингвистики – анкетирования позволяет рассматривать термин «автомобиль» в качестве ключевого для автомобильной терминологии в русском языке. Опрос, проведенный среди представителей различных общественных групп (профессиональных водителей, владельцев авто, людей, не имеющих личного автотранспорта), позволил установить, что лексема «автомобиль» наиболее часто употребляется в описании транспортных средств, способов перемещения, дорожных условий и бытовых ситуаций. Автомобиль занимает важное место в жизни любого современного человека, являясь самым распространенным повседневным транспортом во всем мире. Автомобиль способен влиять на характер человека, давая ему возможность ощутить себя могучим существом, обладателем сотни лошадиных сил. Обладание автомобилем говорит и об особом социальном статусе его владельца – состоятельном и успешном.

С позиций когнитивной лингвистики автомобильная терминология предстает в качестве фрагмента концептуальной картины мира, принадлежащей носителям русского языка, а термин автомобиль предстает в качестве одноименного концепта. Выявить основное содержание концепта можно при помощи концептуального анализа, суть которого в определении концептуальных характеристик через значения языковых средств репрезентации данного концепта, их словарные толкования [1, с. 399–404].

В русском языке рассматриваемый нами концепт репрезентирован лексемой «автомобиль», которая толкуется следующим образом:

1) автомобиль – транспортное средство для перевозки пассажиров или грузов по безрельсовым дорогам, приводимое в движение установленным на нем двигателем;

2) транспортное средство на колёсном (или полугусеничном) ходу с собственным двигателем для перевозок по безрельсовым путям [3];

3) транспортная безрельсовая машина главным образом на колесном ходу, приводимая в движение собственным двигателем (внутреннего сгорания, электрическим или паровым). Первый автомобиль с паровым двигателем построен Ж. Кюньо (Франция) в 1769–1770, с двигателем внутреннего сгорания – Г. Даймлером, К. Бенцем (Германия) в 1885–1886 [2, с. 41].

Дополнительные концептуальные характеристики обнаруживаются также в следующих сочетаниях:

Легковой автомобиль – автомобиль для перевозки пассажиров, ручного багажа. Грузовой автомобиль – автомобиль для перевозки грузов, грузовик. Автомобиль пассажирский – легковой или автобус. Специальные автомобили – пожарный, санитарный, автокран. Гоночный автомобиль. Ездить на (в) автомобиле. Колонна автомобилей. Автомобильный

транспорт. Автомобильная промышленность – отрасль машиностроения, производящая легковые и грузовые автомобили, автобусы, прицепы, их части, узлы и агрегаты. *Автомобильный парк* (автопарк) – совокупность различных автомобилей, автотягачей, автобусов и прицепов. *Автомобильный поезд* (автопоезд) – автомобиль с полуприцепом, одним или несколькими прицепами, присоединяемыми тягово-сцепными или опорно-сидельными устройствами и имеющими общие с автомобилем тормозную систему и электрооборудование. *Автомобильный спорт* (автоспорт) – соревнования на гоночных, спортивных, серийных автомобилях [3], [2, с. 41].

Анализ приведенных словарных толкований дает возможность выявить следующие содержательные признаки концепта «автомобиль»:

- 1) научный – наземное механическое транспортное средство;
- 2) бытовой – машина как средство передвижения, авто;
- 3) специализированный – различные разновидности автомобильного транспорта в зависимости от области применения.

Представленное содержание концепта «автомобиль» формирует состав автомобильной терминологии в русском языке.

Применение принципов антрополингвистики, социолингвистики и когнитивной лингвистики показывает, что термин «автомобиль» вышел за рамки специальной лексики и является неотъемлемой частью жизни современных людей. Синтезированное использование методов, относящихся к разным направлениям современной лингвистики при изучении терминологии помогло сделать исследование более всесторонним и глубоким, учитывая человеческий и языковой факторы.

Список использованных источников

1. Закирова, Е. С. Полипарадигмальный подход к изучению терминов / Е. С. Закирова, Е. В. Швецова // Известия МГТУ «МАМИ». – № 2 (14). – 2012. – Т. 3. – С. 399–404.
2. Новая иллюстрированная энциклопедия. Кн. 1. А-Би. – М.: Большая Российская энциклопедия, «Мир книги», 2007. – С. 41.
3. Толковый словарь русского языка С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой. 2000–2012. Учреждение Российской академии наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН и НКО [Электронный ресурс] // Словари.ру. – Режим доступа: <http://www.slovari.ru>. – Дата доступа: 25.08.2015.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by