Садовнікова, Ганна Валеріївна. Когнітивно-інформаційна природа термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах : автореферат дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17 / Г. В. Садовнікова ; наук. кер. Ю. Ю. Романовська ; М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. - Київ, 2016. - 261 с.

Міністерство освіти і науки України

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

На правах рукопису

САДОВНІКОВА ГАННА ВАЛЕРІЇВНА

УДК 81’373.22:629.33 [811.111+ 811.133.1+811.112.2+811.161.2](043.3)

КОГНІТИВНО-ІНФОРМАЦІЙНА ПРИРОДА

ТЕРМІНІВ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИЦТВА

В АНГЛІЙСЬКІЙ, НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

10.02.17 − порівняльно-історичне і типологічне мовознавство

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук

Науковий керівник:

Романовська Юлія Юріївна,

кандидат філологічних наук,

професор

Київ − 2016

**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| ВСТУП . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 5 |
| РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ТЕРМІНІВ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИЦТВА У КОГНІТИВНОМУ ТЕРМІНОЗНАВСТВІ. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . ..  | 15 |
| 1.1 | Диференційні ознаки мов професійного спрямування. . . . . . . . . .  | 15 |
| 1.2 | Дефініції понять “термін” і “мова професійної комунікації” у сучасному термінознавстві. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 21 |
| 1.3 | Термін та його місце у ланцюгу дескрипцій “концепт”, “поняття” та “значення” в когнітивному термінознавстві . . . . . . .  | 31 |
| 1.3.1 | Концепт і поняття . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 32 |
| 1.3.2 | Концепт і значення . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 38 |
| 1.3.3 | Термін і концепт. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 42 |
| 1.4 | Терміни автомобілебудівництва як носії когнітивної інформації. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 49 |
| 1.4.1 | Концепт терміна як інформаційна структура . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 50 |
| 1.4.2 | Термін як мовний знак та його функції у мові професійної комунікації. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 58 |
| Висновки до розділу 1 . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 64 |
| РОЗДІЛ 2 МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА АНАЛІЗУ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ ТЕРМІНОЛОГІЇ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИЦТВА. . . . . . . .  | 68 |
| 2.1 | Методологічні принципи дослідження термінів у когнітивній термінології . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 68 |
| 2.2 | Методи і прийоми аналізу термінології автомобілебудівництвау сучасній лінгвістиці. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 73 |
| 2.3 | Комплексна методика аналізу термінології автомобілебудівництва з когнітивних позицій. . . .. . . . . . . . . . . . . . . .  | 80 |
| Висновки до розділу 2 . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 89 |
| РОЗДІЛ 3 КОГНІТИВНА ПРИРОДА ТЕРМІНІВ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИЦТВА В АНГЛІЙСЬКІЙ, НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 92 |
| 3.1 | Фреймова структура термінології автомобілебудівництва. . . . . .  | 92 |
| 3.2 | Фрейм термінології автомобілебудівництва в американському варіанті англійської мови. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 98 |
| 3.3 | Фрейм термінології автомобілебудівництва в німецькій мові  | 114 |
| 3.4 | Фрейм термінології автомобілебудівництва в українській мові | 132 |
| 3.5 | Зіставна характеристика когнітивної структури термінології автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 143 |
| Висновки до розділу 3. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 149 |
| РОЗДІЛ 4 ІНФОРМАЦІЙНА ПРИРОДА ТЕРМІНІВ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИЦТВА В АНГЛІЙСЬКІЙ, НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . | 151 |
| 4.1 | Відображення термінологічної інформації про автомобільну індустрію у свідомості носіїв американського варіанту англійської мови, німецької та української мов. . . . . . . . . . . . . .  | 151 |
| 4.2 | Процедура і етапи проведення вільного асоціативного експерименту з представниками автомобільної індустрії у США, Німеччині та Україні. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 156 |
| 4.3 | Вільний асоціативний експеримент з представниками автомобільної індустрії у США. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 159 |
| 4.4 | Вільний асоціативний експеримент з представниками автомобільної індустрії у Німеччині. . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 163 |
| 4.5 | Вільний асоціативний експеримент з представниками автомобільної індустрії в Україні. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 167 |
| Висновки до розділу 4 . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . | 170 |
| ВИСНОВКИ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 173 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 182 |
| СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ . . . . . . . . . . . .  | 207 |
| ДОДАТКИ. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .  | 209 |

**ВСТУП**

Дисертація присвячена вивченню когнітивно-інформаційної природи термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах. У роботі реконструйовано когнітивну складову – концептуальне наповнення внутрішньої структури термінів автомобілебудівництва, а також інформаційну страту, пов’язану з вербалізацією кодифікованої інформації про певний фрагмент професійного знання та її відображенням у свідомості працівників автомобільної індустрії США (компанія “GMC”), Німеччини (компанія “Volkswagen”), України (компанія “ЛАЗ”).

Сучасне термінознавство характеризується новими тенденціями до вивчення терміна як динамічної одиниці мови професійної комунікації, що відрізняється від загальновживаного слова своєю здатністю виражати спеціально-професійне поняття. Специфіка терміна зумовлена сферою його функціонування – мовою професійної комунікації, яку дослідники намагалися описати у *семантично-морфологічному* (Н.Ф. Клименко, Т.Р. Кияк, І.М. Кочан, Ю.О. Чунтомова, J.C. Sagger та ін.), *комунікативно-функціональному* (І.А. Казимирова, Т.Г. Мішина, S. Gollin, L. Hoffman, A. Rey та ін.), *структурно-семантичному* (Е.Р. Брагіна, Г.І. Жара, В.Г. Захарова, Ю.М. Ревіна, Р.І. Стецюк та ін.) та *когнітивному* (В.Л. Іващенко, Ю.В. Зоріна, P. Faber, Т. Roelcke та ін.) аспектах.

Останнім часом під впливом когнітивної лінгвістики вектор термінологічних досліджень змістився з аналізу зовнішньої форми терміна як мовного знака (Б.М. Головін, В.М. Лейчик, Д.С. Лотте, L. Hoffman, A. Rey) на розкриття його внутрішньої когнітивної природи, пов’язаної з проблемою представлення знань у терміні (К.Я. Авербух, С.В. Гриньов, З.Д. Попова, A. Fisk, H. Kockaert, A. Weilandt), а також на інтерпретацію цього знання носіями мови професійної комунікації (Г.А. Діанова, G. Fauconnier, E. Fogarty, M. Rogers, F. Steurs).

Наразі когнітивний напрям у термінознавстві є провідним, який активно розробляється термінологами у трьох площинах: *когнітивно-історичній* (Л.В. Івіна, В.Я. Миркін, І.М. Фатєєва, Ch. Kriele, K. Schmitz), де основну увагу зосереджено на формуванні концепту терміна як результату професійного знання в діахронії, *когнітивно-номінативній* (Є.А. Карпіловська, В.Ф. Новодранова, B. Antia, H. Id-Youss, M. Willy), представники якої намагаються проаналізувати відображення концептуальних ознак термінологічного концепту в морфологічній структурі терміна, та *когнітивно-інформаційній* (О.Й. Голованова, О.В. Суперанська, О.І. Чередниченко, М.T. Cabre, P. Faber, D. Reineke, R. Temmerman, S.E. Wright), спрямованої на одночасне розкриття когнітивної суті терміна – носія концептуальних ознак термінологічного концепту – та його інформаційної природи, що міститьрезультати професійного знання й досвіду, сформованих за рахунок когнітивної діяльності носіїв мови професійної комунікації.

З огляду на сформовані нові засади когнітивного термінознавства розробка проблематики дослідження когнітивно-інформаційної природи терміна стала фундаментом для аналізу різних галузевих термінів: *медицини* (І.С. Гавриліна), *безпеки життєдіяльності* (Ю.В. Зоріна), *мистецтвознавства* (В.Л. Іващенко), *нафтопереробки* (І.Б. Тихонова), *юриспруденції* (В.П. Сніцар, Т.В. Ускова, О.В. Трушина), *економіки* (В.С. Воропаєва), *транспорту* (І.Е. Коротаєва), зокрема і *автомобілебудівництва* (A. Weilandt).

Найбільшу проблему серед галузевих термінологій становить термінологія автомобілебудівництва, що, з одного боку, є досить вузькою сферою мови професійної комунікації, а з іншого, – маючи розгалужену концептуальну структуру, щоразу поповнюється новими концептами завдяки динамічному розвитку автомобільної індустрії та новим її технологіям.

**Актуальність** теми дисертації зумовлена її спрямуванням на вивчення динамічних процесів у термінотворенні загалом та когнітивному термінознавстві зокрема, де термін розуміється, з одного боку, як носій концептуальних ознак термінологічного концепту, а з іншого, – як носій кодованої інформації про певний фрагмент професійного знання. Реконструкція когнітивно-інформаційної сутності термінів зі сфери автомобілебудування є необхідною процедурою для виявлення базових термінологічних концептів мови професійної комунікації в автомобілебудівництві США, Німеччини та України, а також для встановлення взаємозв’язку між концептуальним наповненням внутрішньої структури терміна автомобілебудівництва та інтерпретацією інформації, закодованої у ньому в результаті концептуалізації понять зі сфери автомобілебудування носіями мови професійної комунікації.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертацію виконано відповідно до тематичного плану науково-дослідних робіт Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова за напрямом “Дослідження проблем гуманітарних наук”. Дисертація є складовою наукової теми кафедри філософії мови, порівняльного мовознавства та перекладу Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова “Лінгвофілософські параметри дослідження мовних одиниць у контексті міжкультурної комунікації” (тему дисертації затверджено на засіданні вченої ради НПУ імені М.П. Драгоманова, протокол № 15 від 23 березня 2012 р.; перезатверджено – протокол № 7 від 27 лютого 2014 р.; перезатверджено на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.053.26, протокол №2 від 18 квітня 2016 р.).

**Метою** дисертаційної роботи є реконструкція когнітивної природи термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах та розкриття їх інформаційної складової на основі результатів проведення асоціативного експерименту серед носіїв мови професійної комунікації.

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

– обґрунтувати теоретичні засади вивчення термінології автомобілебудівництва з позицій когнітивно-інформаційного термінознавства;

– розробити комплексну методику аналізу концептуальної структури термінології автомобілебудівництва;

– укласти реєстр термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах та скласифікувати їх за термінологічними поняттями автомобільної індустрії країни-виробника;

– виявити концептуальний взаємозв’язок між основними групами термінів і визначити базові концепти термінології автомобілебудівництва в кожній мові;

– сконструювати модель фрейму термінології автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах.

– розкрити інформаційну природу термінів автомобілебудівництва шляхом проведення асоціативного експерименту серед носіїв мови професійної комунікації – працівників автомобільної індустрії США (компанія “GMC”), Німеччини (компанія “Volkswagen”), України (компанія “ЛАЗ”);

*Об’єктом* дослідження є словникові дефініції термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах.

*Предметом* – когнітивна сутність та інформаційна складова як термінів автомобілебудівництва, так і концептуальної будови термінології автомобілебудівництва – репрезентанта професійної картини світу носіїв англійської, німецької та української мов.

**Фактичний матеріал** дисертації становлять 886 термінів на позначення конструкції та виробничого процесу автомобіля (416 – в англійській мові, 327 – у німецькій та 143 – в українській).

**Джерельною базою дисертації є:** Alphabetic Glossary of Automotive Terms [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.edmunds.com/glossary; McGraw-Hill Dictionary of Scientific & Technical Terms [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.thefreedictionary.com; Mercedes-Benz Accessories [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mercedes-benz-accessories.com; Merriam Webster Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.merriam-webster.com; Collins English Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.thefreedictionary.com; GMC Technical Service Bulletin [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.gmc.com; Ford Technical Service Bulletin [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ford.com/; Chrysler Technical Service Bulletin [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.chrysler.com/en; Technik Lexikon bei Volkswagen [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ldoceonline.com/; Kraftfahrzeugtechnisches Wörterbuch (F.Wyhlidal, 2012);  DUDEN Wörterbuch on-line [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.duden.de; Produktbroschüren von Volkswagen [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.volkswagen.de/de.html; Produktbroschüren von Mercedes [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mercedes-benz.de; Академічний тлумачний словник української мови (за ред. В.М. Русанівського, 2012); Інструкція з експлуатації та ремонту автомобілів торгової марки “ЗАЗ” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://monolith.in.ua/instruktsiya-po-ekspluatatsii-zaz-sens; Інструкція з експлуатації та ремонту автобусу Богдан A-064 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://monolith.in.ua/instruktsiya-po-ekspluatatsii-bogdan-a-064.

**Методи дослідження**. Серед методів і прийомів дослідження – *метод* *суцільної вибірки* – для укладання реєстру термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах; *метод словникових дефініцій* – для диференціації визначень термінів автомобілебудівництва; *структурний метод* з прийомом *компонентного аналізу –* для ідентифікації семної організації дефініції термінів автомобілебудівництва; *когнітивно-семантичний метод з елементами порівняльно-історичного методу* (*прийому реконструкції*) *–* для реконструкції когнітивної складової термінів автомобілебудівництва на основі виявлення концептуальних ознак термінологічних концептів; *методика фреймового моделювання –* для побудови фрейму термінології автомобілебудівництва як структури відображення професійних знань та інформації про цю галузь виробництва; *соціолінгвістичний метод,* зокрема його складова – *методика*  *асоціативного експерименту –* для розкриття інформаційної природи термінів автомобілебудівництва; *зіставно-типологічний метод* – для встановлення типових закономірностей і відмінностей у когнітивній та інформаційній сутності термінів автомобілебудівництва у зіставлюваних мовах.

**Наукова новизна** **одержаних результатів** полягає у тому, що в дисертації *уперше витлумачено* термін як носій концептуальної інформації, відображеної у свідомості носіїв мови професійної комунікації; *змодельовано* фреймову структуру термінів автомобілебудівництва як сукупність взаємопов’язаних базових концептів; *розроблено* процедуру реконструкції термінологічного концепту; *виявлено* базові концепти термінів автомобілебудівництва (COMFORT, CONSTRUCTION, SAFETY, MANUFACTURING – в англійській мові; UMWELTSCHUTZ, SPARSAMKEIT, SICHERHEIT, AUTOMOBILFERTIGUNG – у німецькій мові; КОНСТРУКЦІЯ, КУЗОВ, ВИРОБНИЦТВО – в українській мові). *Установлено*, що спільне термінологічне наповнення мають групи базових концептів, які експлікують однакові поняття у термінології автомобілебудівництва в англійській (CONSTRUCTION) та українській (КОНСТРУКЦІЯ) мовах; в англійській (SAFETY) та німецькій (SICHERHEIT) мовах; в англійській (MANUFACTURING), німецькій (AUTOMOBILFERTIGUNG) та українській (ВИРОБНИЦТВО) мовах. *Виявлено*, що суміжні термінологічні групи, які об’єднані навколо різного понятійного ядра, формують різний концепт: терміни на позначення внутрішньої будови автомобіля в англійській та українській мовах вербалізують однакові термінологічні концепти CONSTRUCTION/КОНСТРУКЦІЯ, а в німецькій мові вони експлікують понятійне ядро “захист та збереження довкілля” концепту UMWELTSCHUTZ; термінологічні групи на позначення інтер’єру та екстер’єру автомобіля в англійській мові – понятійне ядро “економічність у виробництві автомобіля” концепту COMFORT, у німецькій мові – “економічність у виробництві автомобіля” концепту SPARSAMKEIT. *Визначено*, що термінологічні групи на позначення інтер’єру, екстер’єру та безпеки автомобіля в українській мові є носіями концептуальних знак суміжного термінологічного концептуКУЗОВ.

*Уперше* *проведено* вільний асоціативний експеримент з працівниками автомобілебудівних компаній у США, Німеччині, Україні для розкриття інформаційної складової термінологічних концептів, у результаті якого *ідентифіковано* збіг понятійного ядра термінологічних концептів, реконструйованого у процесі концептуального аналізу термінів автомобілебудівнитцва, з понятійним ядром, сформованим у свідомості носіїв мови професійної комунікації. *Доведено*, що когнітивно-інформаційна природа термінів автомобілебудівництва полягає у співвідношенні концептуального наповнення дефініції термінів та інтерпретації інформації, реконструйованої носіями мови професійної комунікації. *Удосконалено* традиційну процедуру моделювання концептуальної структури термінів шляхом залучення соціолінгвістичного методу, зокрема методики асоціативного експерименту. *Набула подальшого розвитку* теорія когнітивного термінознавства у частині поглиблення її положень щодо інтерпретаційної складової терміна.

**Практичне значення** **одержаних результатів** роботи полягає в можливості їхнього застосування в зіставно-типологічних дослідженнях галузевих термінологій, а також у викладанні таких навчальних дисциплін, як “Загальне мовознавство” (розділи “Природа і сутність мови”, “Функції мови”, “Мова і суспільство”, “Мова і мислення”, “Мова як знакова система”), “Лексикологія англійської мови” (розділ “Cтилістичні особливості словникового складу англійської мови”), “Лінгвокраїнознавство” (розділ “Мова і культура”), “Порівняльна типологія англійської та української мов”, “Сучасна українська літературна мова” (розділ “Лексикологія”). Опрацьований фактичний матеріал може бути використаний при укладанні перекладного англо-німецького / німецько-українського словника термінів автомобілебудівництва.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення дисертації висвітлювалися в доповідях на *п’ятьох* міжнародних конференціях: “Наукова дискусія: Питання філології, мистецтвознавства та культурології” (Москва, квітень 2014, червень 2014), “Друга європейська конференція з питань мов, літератури та лінгвістики” (Відень, Австрія, 2014), “Різноманітність вимірів порівняльних досліджень” (Щирк, Республіка Польща, 2014), “Проблеми зіставної семантики” (Київ, 2015), на *трьох* щорічних науково-звітних конференціях Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (Київ, 2012–2014 рр.).

**Публікації.** Теоретичні й практичні результати дисертаційного дослідження викладено в *дев’яти* публікаціях: у *п’яти* статтях, опублікованих у фахових наукових виданнях України, у *двох* статтях – у періодичних виданнях інших держав, в *одній* – у міжнародному виданні та тезах доповідей *однієї* наукової конференції.

**Обсяг і структура роботи**. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаної літератури (236 найменування, з яких 89 – іноземними мовами), списку джерел ілюстративного матеріалу (16 позицій, з яких 13 – іноземними мовами), трьох додатків, в яких відображено реєстр термінів автомобілебудівництва досліджуваних мов. Повний обсяг дисертації – 261 сторінка, основний зміст викладено на 181 сторінці.

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, сформульовано мету, визначено завдання, об’єкт, предмет, наукову новизну одержаних результатів, описано методи дослідження, окреслено практичне значення одержаних результатів, указано форми апробації дисертаційного дослідження.

**У першому розділі “Теоретичні засади вивчення термінів автомобілебудівництва у когнітивному термінознавстві”** виявлено диференційні ознаки мови професійної комунікації; проаналізовано погляди дослідників на витлумачення ключових понять дисертації: термін / мова професійної комунікації / концепт / поняття / значення; виокремлено когнітивну та інформаційну складову концепту терміна автомобілебудівництва; розглянуто термін автомобілебудівництва як мовний знак та визначено його функції у мові професійної комунікації.

**Другий розділ “Методологічна база аналізу концептуальної структури термінології** **автомобілебудівництва”** містить комплексну методику концептуального і фреймового аналізу термінології автомобілебудівництва у зіставлюваних мовах.

Також у розділі представлена методика проведення вільного асоціативного експерименту для розкриття інформаційної природи термінів автомобілебудівництва.

У **третьому** **розділі** **“Когнітивна природа термінів** **автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українських мовах”** проаналізовано реєстр термінів автомобілебудівництва, виявлено концептуальний взаємозв’язок між основними групами термінів та визначено базові концепти даної термінології. Також у цьому розділі сконструйовано модель фрейму термінології автомобілебудівництва, установлено закономірності та відмінності у формуванні концептуального каркасу термінології автомобілебудівництва.

**У четвертому** **розділі** **“Інформаційна природа термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мова**х” досліджено інформаційну природу термінів автомобілебудівництва та представлено результати вільного асоціативного експерименту, проведеного серед працівників автомобільної індустрії США (компанія “GMC”), Німеччини (компанія “Volkswagen”), України (компанія “ЛАЗ”).

У **загальних висновках** підведено підсумки роботи, викладено результати дослідження та окреслено перспективи подальших розвідок.

Наприкінці подано списки використаної літератури та джерел ілюстративного матеріалу.

**ВИСНОВКИ**

Теоретична концепція дисертаційного дослідження ґрунтується на таких положеннях: 1) мова професійної комунікації має своє когнітивно-інформаційне підґрунтя, а отже, й певну концептуальну систему; 2) термінологія автомобілебудівництва є когнітивним ядром концептуальної системи мови професійної комунікації автомобілебудівництва; 3) термін автомобілебудівництва витлумачуємо як когнітивно-інформаційну структуру – концепт, що відрізняється від концепту слова середовищем його формування – мовою професійної комунікації; 4) ознаки термінологічного концепту сформовані у понятійній складовій, яка вербалізується в дефініціях (значеннях) терміна, а тому значення і концепт співвідносяться як комунікативно-релевантна частина і ментальне ціле; 5)когнітивна природа терміна автомобілебудівництва полягає в концептуалізації професійного знання автомобільної індустрії у внутрішній структурі терміна автомобілебудівництва, зокрема в його дефініції; 6) інформаційна природа терміна автомобілебудівництва розкривається шляхом вербалізації інформації про автомобільну індустрію, яка склалася у свідомості носіїв мови професійної комунікації; 7)система понять професійної картини світу автомобільної промисловості має структуру фрейму.

Сучасні практики термінологічних студій продовжують обговорювати проблему співвідношення понять: “мова професійної комунікації” і “термін”, де перше витлумачується як лінгвістичний код, що відрізняється від національної мови та складається з певних правил та елементів (В.М. Лейчик, J. Draskau, H. Picht, J. Sager, H. Somers), тимчасом під терміном розуміють ядро мови професійної комунікації (С.В. Гриньов, В.А. Татаринов, M.T. Cabre, R. Temmerman). Співвідношення цих понять як цілого та частини актуалізувало вивчення терміна як носія специфічного професійного знання мови професійної комунікації (В.Л. Іващенко, A. Fisk, H. Kockaert, A. Weilandt), іншими словами, як структури свідомості, а тому термін почали досліджувати з когнітивних позицій.

Розвиток ідей когнітивізму сприяв витлумаченню терміна як когнітивно-інформаційної моделі, яка містить інформацію про певний об’єкт чи явище. Людина категоризує навколишню дійсність, трансформуючи її у систему концептуальних понять, які завдяки когнітивним функціям мови об’єктивуються, окрім іншого, у термінах. Виходячи з цього термін розглядаємо як динамічне утворення, що є засобом вербалізації наукового (спеціального) концепту. Мова професійної комунікації, яка є середовищем функціонування цієї когнітивно-інформаційної моделі, має своє когнітивно-інформаційне підґрунтя, а отже, й певну концептуальну систему.

Зважаючи на когнітивну природу терміна, на сучасному етапі розвитку термінологічних студій головним інструментом опису тієї чи іншої професійної лексики термінологи обирають “концепт” і розглядають його у співвідношенні з “терміном”, “поняттям” і “значенням”, які у своїх поглядах розділилися за двома напрямами: *диференційованим* (М.Ф. Алефіренко, Є.К. Войшвило, В.З. Дем’янков, В.І. Карасик, В.А. Маслова, С.М. Плотникова, Л.О. Чернєйко), представники якого припускають, що концепт і поняття співвідносяться як ціле і частина; та *інтегрованим* (А.П. Бабушкін, А.О. Худяков, Н.Ю. Швєдова), що тяжіє довитлумачення концепту як поняття, вираженого в мовній формі у терміні.

Розглядаючи термін як носій когнітивної інформації у роботі визначено співвідношення термінологічного концепту і концепту загальної мови. Концепт терміна, як і концепт слова є багатошаровою структурою, що має три основні страти: понятійну, ціннісну й образну. Але на відміну від концепту загальновживаного слова головною ланкою в ньому є понятійна. Саме представники диференційованого підходу розглядають співвідношення значення і концепту як комунікативно-релевантної частини та ментального цілого. А тому ознаки термінологічного концепту пропонують виявляти через його понятійну складову, яка вербалізується в дефініції терміна. А отже, когнітивна природа терміна автомобілебудівництва міститься у його термінологічній дефініції.

Термін автомобілебудівництва як інформаційний концепт репрезентує професійне структуроване знання, яке складається з мовного (результат наївного пізнання), раціонального (раціонально-логічного, енциклопедичного, наукового – у широкому смислі) та власне спеціального (заснованого на професійному досвіді та пізнанні) компонентів. Це засвідчує наявність інформаційної складової у дефініції терміна автомобілебудівництва, яка розкривається у процесі вербалізації знань зі сфери автомобільної індустрії, сформованих у свідомості носіїв мови професійної комунікації.

Когнітивна термінологія є сформованим напрямом лінгвістичної думки, яка спирається на такі принципи: принцип рівноправності двох основних функцій мови, принцип багатофакторності, принцип міждисциплінарності, принцип системності, принцип антропоцентричності, принцип концептуальної єдності мови та мовлення, принцип розмежування концептуального та семантичного рівня. Ці принципи базуються на основних засадах когнітивізму в лінгвістиці, і саме це відрізняє когнітивну термінологію від класичної науки про термін.

Методологія дослідження термінів у когнітивному термінознавстві розроблена у працях О.Й. Голованової, В.С. Воропаєвої, Т.В. Дроздової, Ю.В. Зоріної, Л.В. Івіної, В.Ф. Новодранової, B. Antia, М.Т. Саbre, P. Faber та ін. З-поміж цих досліджень окреме місце посідають ті, що безпосередньо присвячені вивченню когнітивно-інформаційної природи термінів та розробці методик концептуального моделювання термінології.

У своїй роботі ми спираємося на постулати когнітивної термінології, адаптуючи методи когнітивної лінгвістики до аналізу термінів. Проаналізувавши теоретичний матеріал та відповідну методологічну базу, у роботі було розроблено комплексну методику когнітивного дослідження автомобільної термінології, яка включала кілька послідовних етапів і виявилася придатною для розкриття когнітивно-інформаційної природи термінів автомобілебудування у трьох мовах.

Зокрема дослідження автомобільних термінів в англійській, німецькій та українській мовах включало такі методи, методики і прийоми аналізу: метод суцільної вибірки – для укладання реєстру термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах; метод словникових дефініцій – для диференціації визначень термінів автомобілебудівництва; структурний метод з прийомом компонентного аналізу – для ідентифікації семної організації дефініції термінів автомобілебудівництва; когнітивно-семантичний метод з елементами порівняльно-історичного методу (прийому реконструкції) – для реконструкції когнітивної складової термінів автомобілебудівництва на основі виявлення концептуальних ознак термінологічних концептів; методика фреймового моделювання – для побудови фрейму термінології автомобілебудівництва як структури відображення професйних знань та інформації про цю галузь виробництва; соціолінгвістичний метод, зокрема його складова – методика асоціативного експерименту – для розкриття інформаційної природи термінів автомобілебудівництва; зіставно-типологічний метод – для встановлення типових закономірностей і відмінностей у когнітивній та інформаційній сутності термінів автомобілебудівництва у зіставлюваних мовах, які реалізовано в послідовні етапи.

На першому етапі за допомогою *методу суцільної вибірки* було укладено реєстр термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах. Одночасно застосовано *метод словникових дефініцій* для диференціювання визначення термінів автомобілебудівництва за основними поняттями цієї галузі.

На другому етапіна основі *структурного методу –* з прийомом *компонентного аналізу* визначеносемну організацію дефініцій термінів автомобілебудівництва, а також, спираючись на розуміння семи як носія когнітивної інформації та залучивши *когнітивно-семантичний метод*,виокремлено концептуальні ознаки базових концептів автомобільного бізнесу.

На третьому етапі на основі *методики фреймового моделювання* сконструйовано фрейм термінів автомобілебудівництва.

На четвертому етапі за допомогою *соціолінгвістичний методу*,зокрема на основі *методики* *асоціативного експерименту*, проведено процедуру реконструкції інформаційної складової терміна автомобілебудівництва, сформованої у свідомості носів мови професійної комунікації – працівників автомобільної індустрії США (компанія “GMC”), Німеччини (компанія “Volkswagen”), України (компанія “ЛАЗ”).

Термінологію автомобілебудівництва розглядаємо не просто як сукупність термінів певної професійної галузі, а як концептуальну структуру, що відображає систему понять професійної картини світу автомобільної промисловості.

Найбільш релевантною концептуальною структурою відображення знань та інформації, які вербалізує термінологія, є фрейм (І.С. Гавриліна, Ю.В. Зоріна, Л.С. Рудинська, Г. Сомерс, Р. Теммерман, І.Б. Тихонова).

Кожна термінологія має ключові (базові) концепти, які відображають основні поняття певної професійної сфери та вербалізуються у термінах.

У процесі аналізу концептуальної структури термінології автомобілебудівництва виявлено, що фрейм термінології автомобілебудівництва складається з базових концептів, які відображають основні поняття автомобільної індустрії. За кожним з базових концептів закріплені термінологічні групи, які вербалізують цей концепт та розкривають поняття, яке виражається цим концептом.

Кількість базових концептів та термінологічне наповнення слотів у структурі фрейму термінології автомобілебудівництва залежить від сформованості даного виду бізнесу в країні. Так, фрейми термінології автомобілебудівництва в США та Німеччині складаються з чотирьох базових концептів (CONSTRUCTION, SAFETY, MANUFACTURING, COMFORT – США; UMWELTSCHUTZ, SPARSAMKEIT, SICHERHEIT, AUTOMOBILFERTIGUNG, – Німеччина, які, у свою чергу вербалізуються у 416 термінах – в англійській мові, 327 – у німецькій мові. Це свідчить про розвиненість автомобілебудівництва та сформованість його як економічного та культурного явища. Українське автомобілебудування перебуває у стадії розвитку. Базові концепти КОНСТРУКЦІЯ, КУЗОВ, ВИРОБНИЦТВО вербалізуються в 143 термінах.

Схоже термінологічне наповнення мають групи базових концептів, які експлікують спільні поняття в термінології автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах, а отже, мають спільну когнітивну природу. В термінології автомобілебудівництва в досліджуваних мовах це наступні групи концептів: CONSTRUCTION (англ.) та КОНСТРУКЦІЯ (укр.); SAFETY (англ.) та SICHERHEIT (нім.); MANUFACTURING (англ.), AUTOMOBILFERTIGUNG (нім.), ВИРОБНИЦТВО (укр.).

Суміжні термінологічні групи в англійській, німецькій та українській мовах, що об’єднуються навколо різного понятійного ядра, формують різний концепт в досліджуваних мовах. При суміжному термінологічному наповнені групи термінів на позначення конструкції автомобіля в англійській та українській мовах формують концепти CONSTRUCTION (англ.) / КОНСТРУКЦІЯ (укр.). В німецькій мові понятійне ядро концепту, які експлікують зазначені термінологічні групи, є “захист та збереження довкілля”, а отже, ці термінологічні групи є носіями концептуальних ознак термінологічного концепту UMWELTSCHUTZ. Термінологічні групи на позначення екстер’єру та інтер’єру автомобіля є еквівалентними за своїм термінологічним наповненням. Але в англійській мові зазначені термінологічні групи об’єднуються навколо понятійного ядра “комфорт в автомобілі”, який є частиною термінологічного концепту COMFORT, в німецькій мові вони формують понятійне ядро термінологічного концепту SPARSAMKEIT – “економічність у виробництві автомобіля”. Термінологічні групи на позначення інтер’єру, екстер’єру та безпеки автомобіля в українській мові є носіями концептуальних знак суміжного термінологічного концептуКУЗОВ.

Інформаційна природа терміна формується на основі досвіду працівника автомобільної компанії, здобутого у цій сфері та вербалізованого у процесі номінації у терміні. Це й зумовило необхідність проведення вільного асоціативного експерименту серед працівників автомобільної індустрії США (компанія “GMC”), Німеччини (компанія “Volkswagen”), України (компанія “ЛАЗ”).

Перший етап проведення вільного асоціативного експерименту складався з пошуку та відбору інформантів для анкетування. Мета дослідження зумовила звуження пошуку до носіїв мови професійної комунікації автомобільного бізнесу. Носіями мови професійної комунікації є працівники певної сфери, які мають достатній професійний досвід та, бажано, відповідну освіту. Галузева освіта не завжди є пріоритетом для визначення носія мови професійної комунікації, адже інформація, яку репрезентує термінологія, складається з різних видів досвіду (індивідуального та колективного), а саме, досвід, що був набутий під час формального навчання для отримання тієї професії, за якою людина працює, та досвід, який отримується під час щоденної професійної комунікації, який є головним для професійної мовної особистості.

Для проведення вільного асоціативного експерименту для визначення відображення термінологічної інформації про автомобільну індустрію у свідомості носіїв американського варіанту англійської мови, німецької та української мов було залучено 63 людини. 21 людина в кожній зазначеній автомобільній компанії. Серед учасників були – чоловіки та жінки віком від 30 до 55 років. Нижчий бар’єр віку був обраний, зважаючи на необхідність сформованості професійної мовної особистості у респондентів. До того ж необхідною умовою була наявність професійного стажу у інформантів не менше ніж 2 роки.

Для інформантів було розроблено питання з відкритими відповідями. Форма анкети з відкритими відповідями використовувалася з метою забезпечення чистоти експерименту та підтвердження наявності поняття, яке було введено когнітивним термінознавством, – професійна картина світу, і яке формує уніфікований концептуальний простір в межах мови професійної комунікації у певній країні.

Проаналізувавши відповіді респондентів, було сформоване понятійне ядро кожної з термінологічних груп, які входять до досліджуваного реєстру термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах.

Зіставлення результатів вільного асоціативного експерименту та концептуального аналізу дефініцій термінів автомобілебудівництва в англійській, німецькій та українській мовах показало, що поняття, закладене в дефініції терміна автомобілебудівництва, формується за рахунок когнітивної діяльності носіїв мови професійної комунікації та є ядром термінологічного концепту, вербалізованого цим терміном. Понятійне ядро концептів, яке було сформоване в результаті вільного асоціативного експерименту, збігається з тим, що було реконструйоване під час концептуального аналізу дефініцій термінів автомобілебудівництва.

Перспективи подальшого вивчення термінології автомобілебудівництва в різних мовах пов’язані, в першу чергу, з необхідністю визначення універсалій, які притаманні лише цій термінології. Також видається необхідною рекоснтрукція психолінгвістичних механізмів формування образу концепту у свідомості носіїв мови професійної комунікації та розкриття специфіки структури професійної мовної особистості у сфері автомобільної промисловості.