

УДК 811.111'371

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КОНЦЕПТІВ БІЗНЕС-ДИСКУРСУ

Науменко Л. П.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Статтю присвячено напрацюванню алгоритму дослідження концептів бізнес-дискурсу з урахуванням наявних методів та підходів до вивчення концептів в різних наукових школах сучасної концептології.

Ключові слова: концепт, методологія, метод, алгоритм, моделювання концепту, бізнес-дискурс.

Науменко Л. П. Методологические подходы к изучению концептов бизнес-дискурса. Статья посвящена разработке алгоритма исследования концептов бизнес-дискурса с учетом существующих методов и подходов к изучению концептов в разных научных школах современной концептологии.

Ключевые слова: концепт, методология, метод, алгоритм, моделирование концепта, бизнес-дискурс.

Naumenko L. P. Methodological approaches to the study of business discourse concepts. The article is devoted to the development of algorithm of study of business discourse concepts taking into consideration methods and approaches developed by different scientific schools in the framework of the contemporary conceptology.

Key words: concept, methodology, method, algorithm, modeling of concept, business-discourse.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Концептологія як галузь лінгвістики, започаткована наприкінці ХХ ст., відзначається значним розгалуженням шкіл, напрямів, методів і підходів до вивчення концепту як об'єкта дослідження. Концепт розглядають з кількох ракурсів: як ментальну, ментально-мовну, когнітивну одиницю пізнання дійсності; у його кореляції з поняттям та іншими одиницями когніції; в плані архітекτονіки, польової або структурної організації; через інші структури знання (образи, гештальти, схеми, моделі, фрейми тощо); через мовні засоби вербалізації, номінації та об'єктивації.

Таке розмаїття підходів вимагає від дослідника певних інтелектуальних зусиль, щоб, по-перше, осмислити цей багатогранний лінгвальний феномен, по-друге, сформулювати власне бачення та віднайти оптимальний спосіб його дослідження й інтерпретації, що і визначає мету нашої статті.

До основних **завдань** дослідження відносимо вивчення наявних у сучасних лінгвістичних студіях поглядів на сутність, структуру, засоби репрезентації та способи аналізу концепту, розроблення власного алгоритму дослідницьких процедур опису-моделювання концептів бізнес-дискурсу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До основних теоретичних підходів концептології, на яких ґрунтується дослідження концепту, належать фреймова семантика Ч. Філлмора [24], фреймовий аналіз М. Мінські [29], образно-схемні моделі Д. Джонсона-Лейерда [25], сценарії Р. Шенка та Р. Абельсона [31], аналіз гештальтів Л. Чернейко [22], теорія когнітивних прототипів Е. Рош, Дж. Лакоффа, Р. Фрумкіної [30; 26; 20], теорія семантичних при-

митивів А. Вежбицької [32], когнітивна граматика Р. Ленекера [28], когнітивна семантика А. Ченки [21], теорія профілювання С. Бартмінського [2], теорія когнітивних моделей та концептуальної метафори Дж. Лакоффа та М. Джонсона [27]. Кожна з означених праць, безперечно, робить суттєвий внесок в загальну теорію концептології, хоча, на нашу думку, відзначається певною фрагментарністю у підходах до вивчення концепту. Пошук комплексного підходу до об'єкта аналізу й обумовлює **актуальність** нашого дослідження.

Теоретико-методологічною базою статті послугували теоретичні праці вітчизняних та зарубіжних вчених з концептології та концептуального аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процедура аналізу концепту має важливе значення, оскільки надає методологічний апарат та інструментарій для досягнення поставленої мети – вивчення глибинних структур і механізмів, які стоять за мовними формами вираження ментальних утворень. При цьому конкретна процедура може варіюватися залежно від поставленої мети: виявлення способів мовного вираження концепту; реконструкції структур концепту і фрагменту мовної картини світу, в якій він побутує; побудови моделі концепту як одиниці свідомості; формулювання його когнітивної дефініції.

Моделювання ментальних структур, когнітивних моделей та мовних схем концептів здійснюють С. Жаботинська, Л. Івашенко, Р. Ленекер, А. Лукс, В. Маслова, М. Піменова і О. Кондратьєва, З. Попова, І. Стернін, О. Селіванова [5–6; 8; 11; 13–14; 16; 28] та інші дослідники. Так, М. Піменова і О. Кондратьєва під когнітивною моделлю розуміють певний стереотипний образ, за допомогою якого організують знання, досвід та їхня оцінка. Когнітивні моделі, реалізовані в мовних знаках (мовних схемах), виявляють відносну простоту структурних

типів і представляють послідовну систему, побудовану на універсальних законах [13, 110]. Р. Ленекер пропонує матричну модель концепту, або концептуальну матрицю, яка містить ряд доменів: простір, форму, типову просторову організацію, функцію¹, функцію², матеріал, розмір тощо [28, 47–48]. В. Маслова моделює концепт у формі схеми, фрейму та скрипту, або сценарію. Схема, на її думку, – це словникове тлумачення імені концепту, що вказує на контури, лінії, обриси, наприклад, рогатка – дерев'яна розвилка у формі літери Y [11, 59–60]. Фрейм (в теорії М. Мінські) – це когнітивна модель пам'яті людини, «структура даних для репрезентації стереотипної ситуації» [29], у більш сучасному розумінні – когнітивна структура, що містить знання про типову ситуацію і пов'язані з нею очікування, властивості та відношення реальних або гіпотетичних об'єктів [19]. Фрейм-структура формується уявленнями про прототипову ситуацію та її елементи, що мають фіксовані ролі і розташування [10]. Фрейм можна уявити у вигляді мережі, що містить вузли і зв'язки між ними, а кожен вузол заповнений своїм «завданням» з притаманними йому ознаками ситуації, якій він відповідає. Вузол найвищого рівня – вершина або макропропозиція (тема) фрейму, що представляє назву ситуації, зоровий образ або дію. Вузли нижчого рівня – термінали / слоти (комірки для зберігання інформації) – заповнюються конкретними даними відповідно до певної ситуації. У свою чергу, конкретний термінал / слот може задавати ім'я іншому фрейму, формуючи таким чином субфрейм по відношенню до першого фрейму [9, 13]. Той самий вузол може бути компонентом різних фреймів, які, поєднуючись, утворюють розгалужену міжфреймову мережу [8, 141]. Сценарій / скрипт, або динамічний фрейм, – це різновид фрейму, який представляє процедурні знання про перебіг подій [31, 67; 16, 646] і розгортається у послідовність етапів. Концепт можна представити і у вигляді фрейм-структури, і у вигляді сценарію. Наприклад, концепт BUSINESS, структурується і в акціональний фрейм зі слотами «суб'єкт», «об'єкт», «мета», «засіб», «спосіб», «результат», і у сценарій «започаткування бізнесу / підприємства» з такими етапами як «пошук ідеї», «з'ясування обставин», «оцінка інформації», «організація підприємства», «розбудова підприємства», «удосконалення управління підприємством».

Таким чином, концептуальні фрейми організовують наші знання про навколишній світ і поведінку людини в ньому як своєрідні «пакети» інформації, що зберігаються в пам'яті й забезпечують адекватну обробку стандартних ситуацій, дій, подій тощо.

Ч. Філмор, розробляючи теорію фрейму в межах трансформаційного аналізу Н. Холмського, пропонує фрейм відмінка дієслова (case frame of a verb), який містить такі семантичні ролі: аргументи – агент дії / агенс, об'єкт дії / пацієнт / бенефіціант та сирконстанти (визначальні фактори): інструмент, локатив, фактитив, темпоратив тощо [23]. Теорія фреймової семантики Ч. Філмора перегукується з реляційною структурою пропозиції у тлумаченні І. Сусова та позиційною схемою З. Попової. Згідно з першою моделлю у структурі пропозиції виділяють дві скла-

дові: *терми / імена предметів*, осіб, явищ та інших сутностей і *предикати*, які відображають властивості сутностей та відношень між ними. Терми можуть бути актантами (аргументами) предикату, які позначають обов'язкових учасників ситуації (агенти, об'єкти, інструменти), сирконстантами і ад'юнктами, що виконують факультативну роль у пропозиції [18]. Згідно з другою моделлю пропозиція складається з окремих компонентів смислу (актантів і ситуантів) та відношень між ними. Це чисто смисловий набір компонентів, що вербалізує мовець: діяч, каузатор дії, дія, інструмент, об'єкт дії, ознака, причина, час, місце дії тощо. Ці смислові позиції заповнюються словоформами в позиційній схемі речення. Типові пропозиції, що репрезентують синтаксичні концепти, об'єктивуються у структурній схемі простого речення в мові [15, 255–268].

С. Жаботинська, розробляючи теорію фрейму, пропонує мережеву модель концепту, яка складається з п'яти базових фреймів: предметного, у якому сутності характеризуються за якісними, кількісними, буттєвими, локативними й темпоральними ознаками; *акціонального*, у якому кілька предметів наділяються різними аргументними ролями; *посесивного*, що демонструє відношення володіння, вмісту й належності частини цілому; *ідентифікаційного*, що класифікує, специфікує та персоніфікує предмет; *компаративного*, що спирається на принцип таксономії і представляє тотожність, схожість й подібність сутностей [5, 257–258].

Так, концепти BUSINESS, ENTERPRISE, TRADE, MANAGEMENT, WORK структуруються в колективний свідомості у фрейм-структуру більш загального, родового поняття "activity" (діяльність), яка розкладається на такі компоненти, або слоти: "subject", "object", "aim", "means", "mode", "result". У кожній з фреймових структур вершиною є ім'я-вербалізатор концепту, а слоти заповнюють відповідні мовні одиниці, що виразняються в економічних термінах, їх словосполученнях, пропозиційних структурах, мініта макроконтекстах, які описують окремі ознаки концепту. Усі вищезгадані концепти формують в колективній свідомості носіїв англійської мови акціональні фрейми зі схемою каузативу: «ХТОСЬ-каузатор робить ЩОСЬ-фактитив ТАМ-місце з допомогою ЧОГОСЬ-інструменту ЯК-у певний спосіб» та схемами контакту: а) «ХТОСЬ-агенс діє на КОГОСЬ-пацієнс»; б) «ХТОСЬ-агенс діє на ЩОСЬ-пацієнс з МЕТОЮ». Концепт RISK належить до класу концептів, що виражають стан і, відповідно, структурується за схемою стану/процесу: «ЩОСЬ-агенс діє»; КОНЦЕПТИ MONEY, PROFIT, GOODS TA MARKET формуються на основі абстрактного або унаочненого (конкретного) поняття, співвідносного з певним об'єктом, і структуруються у предметний фрейм з квалітативною схемою «ЩОСЬ є TAKE-форма, розмір, матеріал, якість, зовнішній вигляд, ціна / вартість». Концепти BUSINESS, ENTERPRISE, TRADE в бізнес-дискурсі набувають також форми динамічного фрейму, розгортаючись у сценарії, які містять певні етапи бізнесової діяльності: концепти BUSINESS, ENTERPRISE – формують однотипний сценарій з вершиною «започаткування бізнесу / підприємства»,

концепт TRADE – сценарій купівлі – продажу товару.

Опис процедур аналізу концепту віднаходимо у працях В. Іващенко, В. Маслової, М. Піменової, О. Кондратьєвої, З. Попової, І. Стерніна [6; 11; 13–14]. Зокрема, В. Маслова застосовує шість етапів для з'ясування змістового обсягу концепту: визначення референтної ситуації, до якої належить цей концепт; віднаходження місця концепту в МКС та національній свідомості за допомогою тлумачень в енциклопедичних та лінгвістичних словниках; врахування особливостей етимології; залучення різноманітних контекстів, прислів'їв та приказок; порівняння отриманих даних з аналізом асоціативних зв'язків ключової лексики; інтерпретація концепту в живописі, музиці, скульптурі тощо. Останній етап, на її думку, абсолютно необхідний у разі виявлення культурних концептів та укладання словника концептів російської культури [11, 58–59]. М. Піменова та О. Кондратьєва пропонують досліджувати концепт поетапно, виявляючи у ньому такі категоріальні ознаки: базові (первинні), функціональні (проміжні), образні (вторинні) та ціннісно-оцінні, а також концептуальні структури, когнітивні моделі та мовні схеми актуалізації концепту в одній або кількох мовах, що порівнюються [13, 114–115]. Процедуру аналізу концепту автори здійснюють у 7 етапів: 1) аналіз внутрішньої форми слова, що репрезентує концепт; 2) виявлення образних засобів концептуалізації як вторинного переосмислення лексики – репрезентанта концепту, дослідження концептуальних метафор; 3) опис способів категоризації концепту в МКС, аналіз функціональних та ціннісно-оцінних ознак; 4) аналіз лексичного значення слова – репрезентанта концепту, виявлення його синонімічного ряду, можливо, аналіз антонімів; 5) виокремлення категорійних ознак простору і часу у структурі концепту; 6) віднаходження символічних ознак концепту; 7) дослідження сценаріїв. Якщо аналіз концептів здійснюється на матеріалі різних мов, виявлення спільної ознаки та окремих особливостей відбувається на всіх етапах вивчення концептуальної структури [13, 119–120].

З. Попова та І. Стернін надають перевагу семантико-когнітивному підходу у дослідженні концепту, що передбачає побудову номінативного поля концепту; аналіз та опис його мовних засобів; виявлення когнітивних ознак; верифікацію когнітивного опису у носіїв мови; опис змісту концепту у вигляді переліку когнітивних ознак. Наступним етапом є побудова моделі концепту: атрибуція виокремлених когнітивних ознак образному, інформаційному компонентам та інтерпретаційному полю концепту; опис концепту як ієрархії когнітивних класифікаційних ознак; репрезентація змісту концепту у вигляді польової структури [14, 160–161].

В. Іващенко розгортає процедуру аналізу концепту КОБЗАР у 16 етапів: визначитися з предметною сферою / галуззю знання, в межах якої буде описано концепт; задати ім'я концепту – віднайти ключову термінологічну одиницю, охарактеризувати її в ономасіологічному та семасіологічному аспектах, з'ясувати етимологію та словотвірний потенціал; провести асоціативний експеримент у середовищі фахівців; задати основні ментальні структури

концепту: спеціальні уявлення / наукові поняття, образи-картинки, професійні стереотипи, прототипи, архетипи, асоціативний комплекс сенсibiliй, описати мовні одиниці, що їх репрезентують; врахувати онтологічний статус поняття, що є субстратом концепту в НКС; указати на зміст, обсяг і тип наукового поняття, що є субстратом наукового концепту; дати вербальне визначення наукового поняття, охарактеризувати його тип, порівняти з його загальнономовною лексикографічною інтерпретацією; диференціювати родову та видові ознаки в мовних формах їхнього вираження; описати системні відношення, в які вступає наукове поняття з іншими уявленнями / поняттями в НКС, описати системні відношення на мовному рівні; описати поділ наукового поняття на відповідні субконцепти; з'ясувати смисловий потенціал термінопоняття у спеціальних контекстах; за результатами проведеного асоціативного експерименту вказати на комплекс іконічних, звукових сенсibiliй та сенсibiliй-кологративів, а також мовні форми їх вираження, визначити професійні стереотипи, прототипи, архетипи; якщо об'єктом дослідження є істота, зазначити образи власного «Я» / «Я-схеми» та антропосимволи; для об'єктів ситуацій задати модель фреймової / скриптової структури; змоделювати архітектоніку концепту; сформулювати когнітивну дефініцію наукового концепту [6, 145–146].

У нашому дослідженні застосовуємо метод моделювання, який передбачає створення моделі ментальної структури концепту, що містить поняттєвий, смисловий, образний та фреймовий компоненти, об'єктивовані в поняттєвих ознаках, смислових центрах / семантичних ядрах, образах-картинках, Я-схемах, образах-прототипах, національних антропосимволах, оцінних, професійних та суспільних стереотипах, фреймах та сценаріях. Узагальнюючи погляди на структуру концепту у працях А. Бабушкіна, М. Болдирева, С. Воркачова, В. Іващенко, В. Колесова, В. Маслової, В. Миркіна, М. Піменової, З. Попової, Г. Слишкіна [1; 3–4; 6–7; 11–14; 17] і враховуючи той факт, що семантико-когнітивний напрям когнітивної лінгвістики досліджує концепт через значення мовних одиниць, що його номінують, опис-моделювання концептів бізнес-дискурсу здійснюємо за такими процедурами.

1. Окреслюємо предметну галузь знання / діяльності, в межах якої досліджуються концепти і яка визначає матеріал дослідження.

2. Віднаходимо ключові та похідні від них концепти, застосовуючи метод пошуку *тематичних домінант* (ключових слів згідно з А. Вежицькою) у фахових лексикографічних джерелах з бізнесу, підприємництва, маркетингу, менеджменту, фінансово-банківської справи, ділової англійської мови та жанрових формах САБД слів-вербалізаторів концептів. До уваги беремо такі фактори, як семантичний та словотвірний потенціал (словотвірна продуктивність у концепції Н. Слухай) та тематичність жанрових форм (текстотвірна продуктивність у концепції В. Іващенко), а також комунікативна значущість та актуальність, рекурентність лексем в бізнес-дискурсі, теоретичне осмислення у наукових працях,

семантична наповненість та дистрибутивна здатність (кількісний показник сполучуваності з іншими лексемами).

3. За термінологічними словниками, словниками синонімів, тезаурусами та бізнес-контекстами віднаходимо спеціальну синонімічну лексику, що прояснює зміст концепту.

4. З'ясовуємо ім'я концепту серед можливих вербалізаторів, порівнюємо їхнє семантичне наповнення, дериваційні та дистрибутивні можливості.

5. Проводимо діахронний аналіз лексеми-номінатора концепту з метою виокремлення концепта-етимона.

6. Здійснюємо семантичний аналіз імен-номінаторів концептів (по можливості компонентного аналізу) з метою з'ясування основних та периферійних спільних значень, що репрезентують логічні зв'язки між відповідними поняттями.

7. Для визначення поняттєвого обсягу концепту за допомогою методу словникових дефініцій слів-вербалізаторів концепту за тлумачними, енциклопедичними словниками та науковою літературою виокремлюємо характерні ознаки наукового поняття, окреслюємо його межі у формі визначень.

8. У фахових контекстах віднаходимо додаткові смисли імен-вербалізаторів концептів, з'ясовуємо їхній терміновісний потенціал.

9. Здійснюємо опис поділу професійного поняття на відповідні субпоняття / субконцепти; з'ясовуємо логіко-сміслові зв'язки досліджуваного поняття з іншими економічними поняттями.

10. За допомогою аналізу лексичної сполучуваності слова, що вербалізує концепт, методу дистрибутивного аналізу його вживання у професійних контекстах та методу когнітивної інтерпретації виокремлюємо когнітивні ознаки концепту, що формують його смислові центри / семантичні ядра, віднаходимо їхні мовні репрезентанти у бізнес-дискурсі.

11. Віднаходимо мовні форми вираження образів-картинок, «Я-схем», образів-прототипів, образів-стереотипів, національних антропосимволів, присутніх у тих чи інших концептах бізнес-дискурсу.

12. Здійснюємо лінгвістичний опис моделей – фреймової / скриптової структур концептів бізнес-дискурсу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведений аналіз дав змогу дійти таких висновків. Концепти бізнес-дискурсу, природою яких є професійне знання, організуються на базі поняттєвого компоненту, увиразнюються у смислових центрах / семантичних ядрах, які організують жанрові форми та дискурсивні практики бізнес-дискурсу; отримують образні, символічні, стереотипні, прототипові та формально-структурні об'єктивізації у професійній колективній свідомості носіїв англійської мови.

У перспективі планується здійснити аналіз професійних концептів відповідно до розробленого алгоритму дослідницьких процедур в усно-письмових жанрових формах сучасного англійського бізнес-дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка : [монография] / А. П. Бабушкин. – Воронеж : ВГУ, 1996. – 104 с.
2. Бартминский Е. М. Базовые стереотипы и их профилирование / Е. М. Бартминский // Стереотипы в языке, коммуникации, культуре : сб. ст. / отв. ред. Л. Л. Федорова. – М. : РГГУ, 2009. – С. 11–12.
3. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика : [курс лекций по английской филологии] / Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во Тамбовского ун-та, 2001. – 123 с.
4. Воркачѳ С. Г. Счастье как лингвокультурный концепт : [монография] / С. Г. Воркачѳ. – М. : Гнозис, 2004. – 236 с.
5. Жаботинская С. А. Концепт/домен: матричная и сетевая модели / С. А. Жаботинская // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № 168. – Т. 1. – С. 254–259.
6. Івашенко В. Л. Концептуальна репрезентація фрагментів знання в науково-мистецькій картині світу (на матеріалі української мистецтвознавчої термінології) : [монографія] / В. Л. Івашенко. – К. : Вид. Дім Дмитра Бураго, 2006. – 328 с.
7. Колесов В. В. Язык и ментальность : [монография] / В. В. Колесов. – СПб. : Изд-во СПб ГУ, 2004. – 237 с.
8. Коляденко О. О. Термін «фрейм» у лінгвістиці / О. О. Коляденко // Термінологічний вісник : зб. наук. праць. – Вип. 2(1). – К. : Ін-т укр. мови НАН України, 2013. – С. 139–145.
9. Лукс А. О. Фреймы, сценарии / А. О. Лукс. – Ульяновск : УГТУ, 2004. – 25 с.
10. Масленникова Е. М. Фреймовое представление семантики текста / Е. М. Масленникова // Лингвистический вестник. – 2000. – Вып. 2. – С. 114–124.
11. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику : [учеб. пособие] / В. А. Маслова. – М. : Флинта ; Наука, 2004. – 296 с.
12. Мыркин В. Я. Понятие vs. концепт; текст vs. дискурс; языковая картина мира vs. речевая картина мира / В. Я. Мыркин // Проблемы концептуализации действительности и моделирования языковой картины мира : материалы Межд. науч. конф. / отв. ред. Т. В. Симашко. – Архангельск, 2002. – С. 46–47.
13. Пименова М. В. Концептуальные исследования : [учеб. пособие] / М. В. Пименова, О. Н. Кондратьева. – М. : Флинта ; Наука, 2011. – 176 с.
14. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика : [учеб. пособие] / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ ; Восток – Запад, 2007. – 314 с.
15. Попова З. Д. Язык и национальная картина мира / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : Русские словари, 1996. – 416 с.
16. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : [термінологічна енциклопедія] / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.

17. Слышкин Г. Г. Дискурс и концепт (о лингвокультурном подходе к изучению дискурса) / Г. Г. Слышкин // Языковая личность: институционный и персональный дискурс : сб. науч. трудов. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 38–45.
18. Сусов И. П. Введение в теорию языкознания. Модуль 6: Основы общего синтаксиса. Пропозициональная структура предложения / И. П. Сусов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.homepages.tversu.ru/~ips/5_02.htm.
19. Фреймы и сценарии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://yazykoznanie.ru/content/view/74/263>.
20. Фрумкина Р. М. Концепт, категория, прототип / Р. М. Фрумкина // Лингвистическая и экстралингвистическая семантика. – М. : РАН, 1992. – С. 28–43.
21. Ченки А. Современные когнитивные подходы к семантике : сходства и различия в теориях и целях / А. Ченки // Вопросы языкознания. – 1996. – № 2. – С. 68–78.
22. Чернейко Л. О. Гельштатная структура абстрактного имени / Л. О. Чернейко // Филологические науки. – 1995. – № 4. – С. 73–83.
23. Case Grammar // Wikipedia, the free encyclopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://en.wikipedia.org>.
24. Fillmore C. Frame Semantics and the Nature of Linguistics / C. Fillmore // Annals of the NY Academy of Sciences : Conference on the Origin and Development of Language and Speech. – 1976. – Vol. 280. – P. 20–32.
25. Johnson-Laird G. Mental Models / G. Johnson-Laird // Social Representations. – Cambridge : Cambridge University Press, 1984. – P. 11–27.
26. Lakoff G. Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind / G. Lakoff. – Chicago : Univ. of Chicago Press, 1987. – 632 p.
27. Lakoff G. Metaphors We Live by / G. Lakoff, M. Johnson // Language, Thought and Culture. – Chicago : Univ. of Chicago Press, 1980. – P. 124–135.
28. Langacker R.W. Cognitive Grammar. A basic introduction / R.W. Langacker. – New York : Oxford University Press, 2008. – 427 p.
29. Minsky M. A Framework for Representing Knowledge / M. Minsky // Frame Conceptions and Text Understanding / ed. by D. Metzing. – Berlin ; New York : Gruyter, 1980. – P. 1–25.
30. Rosh E. Prototype Classification and Logical Classification: The Two Systems / E. Rosh // New Trends in Conceptual Representation: Challenges to Piaget's Theory? – Hillsdale : Lawrence Erlbaum Associates Publ., 1983. – P. 73–86.
31. Shank R.S. Scripts, Plans, Goals, and Understanding / R.S. Shank, R.P. Abelson. – Hindsdale, N.J. : Erlbaum, 1977. – 248 p.
32. Wierzbicka A. Lingua Mentalis: The semantics of natural language / A. Wierzbicka. – Sydney : Academic Press, 1980. – 367 p.