

УДК 811.111'37:651.74

**КОНЦЕПТ БИЗНЕСМЕН В ЛИНГВАЛЬНЫХ СЕТЯХ****(на материале английского языка)***Н.Н. Старцева, канд. филол. наук,  
И.Р. Сапрун, канд. филол. наук (Харьков)*

Статья посвящена когнитивно-лингвистическому исследованию одного из базовых концептов бизнес-сферы – концепта БИЗНЕСМЕН, с использованием номинативного корпуса английского языка, словарных дефиниций лексемы *businessman*, представлений членов английского языкового социума о бизнесмене и актуализации концепта в современном дискурсе. Когнитивные признаки концепта БИЗНЕСМЕН, его онтологические связи структурированы согласно методике лингвальных сетей в виде пяти базовых фреймов – предметного, акционального, посессивного, идентификационного и компаративного. Выделенные на пропозициональной основе, эти фреймы и их разновидности образуют фреймовую (когнитивную) сеть данного концепта.

**Ключевые слова:** дискурс, когнитивно-лингвистическое исследование, когнитивные признаки, концепт БИЗНЕСМЕН, лингвальные сети, онтологические связи, пропозиции, словарные дефиниции, фрейм, языковой социум.

**Старцева Н.М., Сапрун І.Р. Концепт БІЗНЕСМЕН у лінгвальних мережах (на матеріалі англійської мови).** Стаття присвячена когнітивно-лінгвістичному дослідженню одного з базових концептів бізнес-сфери – концепту БІЗНЕСМЕН, з використанням номінативного корпусу англійської мови, словникових дефініцій лексеми *businessman*, уявлень членів англійського мовного соціуму про бізнесмена і актуалізації концепту в сучасному дискурсі. Когнітивні ознаки концепту БІЗНЕСМЕН, його онтологічні зв'язки структуровані відповідно до методики лінгвальних мереж у вигляді п'яти базових фреймів – предметного, акціонального, посесивного, ідентифікаційного і компаративного. Виділені на пропозиціональній основі, ці фрейми та їх різновиди утворюють фреймову (когнітивну) мережу даного концепту.

**Ключові слова:** дискурс, когнітивні ознаки, когнітивно-лінгвістичне дослідження, концепт БІЗНЕСМЕН, лінгвальні мережі, мовний соціум, онтологічні зв'язки, пропозиції, словникові дефініції, фрейм.

**Startseva, N.N. Saprun, I.R. Concept BUSINESSMEN in lingual networks (on the material of the English language).** The article is devoted to the cognitive-linguistic research of one of the basic concepts of the business sphere – the concept BUSINESSMAN, using the nominative corpus of the English language, vocabulary definitions of the lexeme *businessman*, the ideas and views of the members of the English language society about the businessman and the representation of the concept in modern discourse. Cognitive features of the concept BUSINESSMAN, its ontological links are structured according to the methodology of lingual networks in the form of five basic frames – the Thing, Action, Possession, Identification, and Comparison frames. Identified on a propositional basis, these frames and their varieties form the frame (cognitive) network of the given concept.

**Key words:** cognitive features, cognitive-linguistic research, concept BUSINESSMAN, discourse, frame, language society, lingual networks, ontological links, propositions, vocabulary definitions.

**1. Введение**

В условиях конкурентной среды, в которой развивается современное общество, сфера бизнеса является объектом пристального интереса как со стороны рядовых представителей социума, желающих получить ответы на волнующие их вопросы о том кто, где, как, почему и с помощью чего вхо-

дит в мир бизнеса – связей, сделок, махинаций и, как следствие, богатства и власти, так и со стороны профессиональных исследователей в разных научных дисциплинах, которые изучают эту сферу деятельности человека со своих позиций – лингвистических, психологических, философских, эти-

ческих, финансовых и других. Главная движущая сила всех процессов в сфере бизнеса, агент и бенефициар выгод и преимуществ бизнес-деятельности – бизнесмен – находится в самом центре внимания. С позиций когнитивной лингвистики оязыковленные знания о нем сфокусированы в концепте БИЗНЕСМЕН.

Актуальность нашего исследования определяется использованием методики моделирования лингвальных сетей С.А. Жаботинской для структурирования концепта БИЗНЕСМЕН, репрезентированного средствами номинативной системы английского языка и актуализированного в англоязычном дискурсе.

Эвристическим основанием исследования служит методика семантики лингвальных сетей. Концептуальная система человека, как отмечает С.А. Жаботинская, представляет собой лингвальную сеть, т. е. систему, в которой вся информация заключена во взаимосвязях; концепт – это единица, строительный материал в структурировании концептуальных пространств, сфер, доменов, которые упорядочиваются, структурируются с помощью сети [7, с. 58–61] Значения отдельных языковых единиц, объективирующих концепты, становятся понятными только на базе фоновых концептов, блоков знаний, когнитивных контекстов, которые в когнитивной лингвистике получили названия ментальных пространств (Ж. Фоконье, Дж. Лаккофф, М. Джонсон), когнитивных областей, сфер или доменов (Р. Лэнекер), фреймов (Ч. Филлмор) [9; 10; 12; 14; 15; 16].

Объектом исследования данной статьи является фреймовая структура концепта БИЗНЕСМЕН как средство отображения онтологических связей его значений. Эта структура задана пропозициями и представлена отдельными схемами пяти базовых фреймов, которые выступают предметом исследования. Задача исследования – структурировать концептуальные признаки БИЗНЕСМЕНА с учетом его деятельности с помощью этих схем. Материалом исследования служат лексемы и словосочетания – номинации концепта БИЗНЕСМЕН, почерпнутые из словарей и баз данных, которые дают представление о признаках концепта, представленных в языке и актуализированных в современном англоязычном дискурсе.

Термин фрейм, предложенный М. Минским и первоначально применяемый в сфере искусственного интеллекта, есть «способ представления знаний или схема действий в реальной ситуации» [18, с. 16]. Фрейм является когнитивной структурой, с помощью которой закрепляется информация в сознании человека, – это абстрактный образ определенного стереотипа (сущности) или некоторой типичной ситуации, где отражены свойства и отношения между субъектами данной ситуации или предметной области. Согласно пониманию фрейма в рамках когнитивной семантики, основанной на теории фреймов М. Минского, фрейм – это «когнитивная структура схематизации опыта» [10, с. 54] и знание этой структуры ассоциировано с концептом, представленным тем или иным словом. Исследователи в сфере когнитивной семантики предлагают и определение фрейма как выстроенной системы знаний об обозначаемом, которая является «максимально обобщенным схематизированным представлением об основании значения, схемой образа, лежащей в его основе» [2, с. 83; 11, с. 145]. Фрейм включает отдельные слоты – ячейки для хранения информации об атрибутах фрейма. С.А. Жаботинская отмечает, что фреймы отражают онтологические связи между несколькими сущностями, а событийные схемы, материализуемые в языковом знаке, пересекаются, т.е. имеет не только пропозициональную, но и сетевую форму, и являются объединением нескольких схем, относящихся к разным фреймам, т.е. формируют лингвальные сети [7, с. 58–61]. Концептуальные схемы, стоящие за определенными формальными схемами или синтаксическими структурами, могут менять свою формальную схему на схему другого фрейма, образуя трансформы событийных схем и создавая неограниченное количество разнообразных конфигураций концептуальных сетей [там же].

Понятие фрейма также используется для проектирования баз данных в теории искусственного интеллекта, основанной на использовании фреймовых разновидностей ER-модели (Entity-Relationship model) [19, с. 36]. Как и в лингвистике, на первой стадии проектирования оказывается релевантным семантическое моделирование. Моделирование предметной области базируется на составлении

графических диаграмм, включающих небольшое число разнородных компонентов – сущностей, связей и атрибутов (Ср.: по Ф. Мэннингу, фрейм – это «разбор наличных целостностей (социальных, культурных) и затем сборка структур как совокупности взаимодействующих элементов» [17, с. 19]). Сущность – это реальный или представляемый объект, информация о котором должна сохраняться и быть доступна. В диаграммах ER-модели сущность представляется в виде прямоугольника, содержащего имя сущности. При этом имя сущности – это имя типа, а не конкретного представителя этого типа. Сущность, на основе которой определяются подтипы, – определяется как супертип. Например, супертип БИЗНЕСМЕН может быть разбит на подтипы по ролевому или функциональному признаку (руководитель компании, топ-менеджер, служащий и т.д.), может – по половому признаку (мужчина, женщина), по национальному (американец, англичанин, др.) и т.д. (Ср.: для Э. Гоффмана фрейм — это социальные роли, а также конституируемая агентами целостность, прежде всего практик, но вместе с тем и смыслов, которые люди в типичных, повторяющихся социальных ситуациях придают своим действиям и действиям других (вербальным и не вербальным) [4, с. 21]). Связь – это графически изображаемая ассоциация, устанавливаемая между двумя сущностями. Эта ассоциация всегда является бинарной и может существовать между двумя разными сущностями или между сущностью и ей же самой (рекурсивная связь). Атрибутом сущности является любая деталь, которая служит для уточнения, идентификации, классификации, числовой характеристики или выражения состояния сущности. Например: ЧЕЛОВЕК – имя – возраст – пол – профессия. Для сущности БИЗНЕСМЕН идентифицирующим атрибутом может быть конкретный представитель типа: *например, Генри Форд, мужской пол, 1863 год рождения, США, Мичиган, основатель автомобильной промышленности, организатор поточно-конвейерного производства.*

В основу применяемого нами способа структурирования концепта БИЗНЕСМЕН положена методика семантики лингвальных сетей С.А. Жаботинской, где для построения концептуальных

сетей используются «базисные пропозиции, которые имеют наивысший уровень обобщения, или схемности, и представляют изначальные категории мышления и типы реляций между ними. Тип пропозициональной схемы определяется по ее принадлежности к одному из пяти базисных фреймов – предметному, акциональному, посессивному, идентификационному и компаративному» [7, с. 58–59]. Эти обобщенные понятийные структуры отслеживаются в значениях и формах языковых единиц различных уровней [там же, с. 59].

Поскольку концепт в процессе мыслительной деятельности демонстрирует разные стороны, актуализируя разные признаки и их совокупности, каждый фрейм включает отдельные слоты – ячейки для хранения информации об атрибутах фрейма. Когнитивный признак – это отдельный признак объекта, осознанный сознанием человека и отображенный в структуре соответствующего концепта как отдельный элемент его содержания. Когнитивные дифференциальные признаки, образующие содержание концепта, отражают определенные стороны явлений реальной действительности, в то время как когнитивные классификационные признаки – общие для ряда концептов, они обобщают однородные дифференциальные признаки в определенных сферах опыта и определяют связи в категориальных цепочках [9; 13; 16]. Языковой знак представляет концепт в языке и в речи не полностью, он своим значением представляет только несколько основных когнитивных признаков, релевантных для данной номинации или данного сообщения.

## 2. Концептуальная сеть БИЗНЕСМЕН

Для структурирования информации о концепте БИЗНЕСМЕН обратимся к анализу языковых единиц, номинирующих концепт БИЗНЕСМЕН. Эта информация заключена в дефинициях имени концепта *businessman*, в лексическом (сигнификативном) значении его номинаций и определяется с помощью компонентного анализа. Так, Collins Dictionary даёт следующее определение лексеме *businessman*: «*businessman is a person, especially a man, engaged in commercial or industrial business, especially as an owner or executive*» [24]. В этом определении зафиксирована информация

о бизнесмене как о собственнике компании или ее руководителе, зачастую мужского пола, о человеке, занимающемся коммерцией или производством. Эта информация соответствует структуре идентификационного фрейма «НЕКТО/НЕЧТО-идентификатив есть НЕКТО/НЕЧТО-идентификатор» и акционального фрейма (схема действия «НЕКТО делает НЕЧТО»): «БИЗНЕСМЕН ведет (владеет) БИЗНЕС(ом)», «БИЗНЕСМЕН участвует в торговле или производстве».

Когнитивные признаки концепта БИЗНЕСМЕН, которые выделяют представители английского социума, – это прагматическая предприимчивость, расчёт, коммерческая хватка, решительность, сила воли, умение рисковать и практичность [21]. Отмечается, что успех деятельности бизнесмена зависит от инициативы и способности принимать решения. Изменения происходят часто, и если бизнесмен страдает от нерешительности, он может упустить бизнес возможности. Он должен принимать советы от всех, а действовать в соответствии с собственным решением. Бизнесмен должен быть разумным и бдительным. Он должен осознавать и предвидеть возможные изменения в условиях ведения бизнеса:

*Success in human activity depends on initiative and capacity to make decision. The changes take place frequently and if a businessman suffers from indecision he might miss business opportunities. The businessman should possess qualities like will power and determination to succeed. He should take advice from everybody but act according to his own decision. A businessman must be intelligent and alert. He must be alert to business opportunities. He must be aware of the changes taking place in the conditions of business [20].*

Предпосылками успеха в бизнесе являются практика, умение ставить цели, достигать их и желание победить:

*Most can be learned with practice and by developing a winning attitude, especially if you set goals and apply yourself, through strategic planning, to reach those goals in incremental and measurable stages [20].*

Предметный фрейм структурирует информацию о собственных бытийных признаках БИЗНЕСМЕНА, которые могут получать оценку «хорошо –

плохо», «истинно – ложно» и т. д. Так, знания о БИЗНЕСМЕНЕ как о богатом, преуспевающем, влиятельном, активном, знающем и ответственном человеке структурируются в виде предметного фрейма (квалитативная схема) «НЕКТО/НЕЧТО есть ТАКОЕ-качество»: *wealthy businessman, prosperous and influential entrepreneur, knowledgeable and responsible chief executive officer, a wise money manager etc.*

Современный бизнесмен – это созидатель, творец, новатор, обладающий независимым мышлением и стремлением к достижению более высокого положения. Идентификационный фрейм (схема характеристики) «НЕКТО/НЕЧТО-идентификатив есть НЕКТО/НЕЧТО-характеризатор» («БИЗНЕСМЕН есть ТВОРЕЦ, НОВАТОР») объединяется с предметным фреймом (квалитативная схема) «НЕКТО/НЕЧТО есть ТАКОЕ-качество» («БИЗНЕСМЕН есть КРЕАТИВНЫЙ, РЕВОЛЮЦИОНЕР, ПИОНЕР»):

*She is marked as a high-flyer, a high developer, everybody in her department see her as a revolutionary boss, a pioneer [21].*

Бизнесмен всегда ориентируется на клиента и знает его досконально, «как облупленного», клиент в конечном счете определяет успех или неудачу его предприятия:

*Your business is all about your customers. After all, your customers are the people that will ultimately decide if your business goes boom or bust. Everything you do in business must be customer focused. You must know who your customers are inside out and upside down [21].*

Если бизнесмен не относится к своему делу серьезно, теряет мотивацию и не контролирует ситуацию («не держит нос по ветру»), его предприятие потерпит крах:

*Far too many business owners fail to take their own businesses seriously enough, getting easily sidetracked and not staying motivated and keeping their noses to the grindstone [21].*

Фреймы отражают онтологические связи между несколькими сущностями. Событийные схемы, материализуемые в языковом знаке, пересекаются, т.е. имеет не только пропозициональную, но и сетевую форму, и являются объединением нескольких схем, относящихся к разным фреймам.

Концептуальные схемы, стоящие за определенными формальными схемами или синтаксическими структурами, могут менять свою формальную схему на схему другого фрейма, образуя трансформы событийных схем [7, с. 58–61].

Так, знания о многочисленных видах деятельности бизнесмена структурируются в акциональном фрейме, схеме состояния/процесса «НЕКТО-агенса действует», схеме контакта «НЕКТО-агенса действует на НЕКТО/НЕЧТО-пациенса (пациент не претерпевает изменений) и «НЕКТО-агенса действует на НЕКТО/НЕЧТО-аффектив» (пациент изменяется), схеме каузации «НЕКТО/ НЕЧТО-каузатор делает НЕЧТО-фактив» (агента создает новый предмет-фактив или результат). Эта информация входит составной частью и в предметный фрейм, активируя схемы способа бытия «НЕКТО/НЕЧТО существует ТАК-способ», качественную схему «НЕКТО/НЕЧТО есть ТАКОЕ-качество», локативную схему «НЕКТО/НЕЧТО есть/существует ТАМ-место» и темпоральную схему «НЕКТО/НЕЧТО существует ТОГДА-время». Так, бизнесмен управляет своим предприятием и следит за его бесперебойной работой, гарантируя своевременные поставки сырья, рабочей силы и оборудования, необходимые для производства:

*The primary job of a businessman is to ensure the smooth operation of his business. If it is a production facility, the businessmen's priority is maintaining the production schedule. This includes responsibilities relating to assuring a sufficient supply of raw materials, as well as enough manpower and working production equipment [20].*

В сфере торговли бизнесмен занимается выбором продукции для продажи и объемами продаж, разработкой маркетинговой и ценовой стратегии, работает над увеличением посещаемости его торговой точки:

*A retail businessman is more focused on traffic into his store or total sales, and will likely be closely involved in product selection and developing sales and marketing strategies. Businessmen are involved in business strategy, especially the marketing and pricing of the products and/or services [20].*

Владелец небольшого или среднего предприятия лично контролирует, «держит руку на пульсе» финансовых вопросов – «жизненной силы» любого предприятия:

*The owner of a small or medium-sized business will have his or her thumb on the pulse of the finances of the company. The lifeblood of any business enterprise is cash flow. A business owner must become a wise money manager to ensure that the cash keeps flowing and the bills get paid, he arranges and directs cash flow, maximizes fund performance, monitors portfolio values, chases payments [20].*

Он непосредственно занимается персоналом – набирает, увольняет, обучает и проводит аттестацию персонала:

*Businessmen at nearly all enterprises have some responsibilities involving personnel, which include hiring and training of employees, as well as employee evaluation and terminations [20]. As a wise manager he recruited only high caliber personnel possessing appropriate skills [21].*

В последнем случае актуализируется также процессивный фрейм, схема «НЕЧТО-контейнер имеет НЕЧТО-содержимое» («ПЕРСОНАЛ имеет НАВЫКИ»), компаративный фрейм, схема подобия «ПЕРСОНАЛ есть как будто ОРУЖИЕ» и предметный фрейм, качественная схема «ОРУЖИЕ есть ТАКОЕ (ВЫСОКОГО КАЛИБРА)».

Бизнесмен постоянно изучает рынок, ведет борьбу с конкурентами, инвестирует, планирует, занимает и экономит и в результате получает прибыль: *Adventurous entrepreneur investigates the market, arranges intelligence on market conditions worldwide, strives to be ahead of competitors, works closely with investors, makes loans, saves on costs. A wise businessman plans ahead for the success of his business. The act of business planning is so important because it requires you to analyze each business situation, research and compile data, and make conclusions based mainly on the facts as revealed through the research. Ultimately he makes profit and gets return on investments. His business flourish and competitors fall behind [20].*

Руководитель бизнес-предприятия – основной человек, его место метафорически ассоциирует-

ся с положением «наверху», «на стуле»: *top brass, top executive, top cat, person upstairs, chairperson, etc.* Это знание структурируется с помощью компаративного фрейма, схема тождества и схема подобия «НЕКТО есть (как) НЕЧТО», и дополняется локативной схемой «НЕКТО есть ТАМ-место».

Руководитель рассматривается и как глава (часть) своего предприятия / отдела (целого), что соответствует партонимической схеме «НЕКТО-целое есть как НЕЧТО-часть» («РУКОВОДИТЕЛЬ – ГОЛОВА»): *the head of the department.*

Фрагмент знания о могуществе и властности бизнесмена отражен в компаративном фрейме, схеме подобия: «НЕКТО-компаратив есть как будто НЕЧТО-коррелят» *money-bag, gray flannel suit, big-time operator, career person* и предметном фрейме, качественной схеме, основанной на параметре величины «НЕКТО есть ТАКОЕ-качество»: *big wheel, big fish, big cheese, big gun, big shot, big timer, bigwig, big man on campus, Mister Big, big Chief, big bucks, big hitter.*

Акциональный фрейм пересекается с посессивным фреймом (схема собственности) «НЕКТО-собственник (не)имеет НЕЧТО-собственность» и предметным фреймом (каллитативная схемой): «НЕКТО есть ТАКОЕ» («БИЗНЕСМЕН имеет АМБИЦИИ, ИДЕИ»; «БИЗНЕСМЕН есть ВЛАСТНЫЙ»):

*His success was a result of a power-mad ambition. As his business failed and he got bankrupt he had nothing left but discredited belief and unrealized ambitions [22].*

Далеко не всегда бизнесмен ведет дела честно, зачастую он обращается к уловкам и махинациям разного рода. Знания о бизнесмене как о дельце, обманщике, отражают бытийные признаки данного субъекта и входят в предметный фрейм, качественную схему: «НЕКТО есть ТАКОЕ» («Бизнесмен есть Ловкий»), который пересекается с компаративным фреймом, схемой сходства: «НЕКТО-компаратив есть как НЕЧТО-коррелят» («БИЗНЕСМЕН ЕСТЬ КАК ЖУЛИК»): *downy bird, fast buck artist, dodger, black marketeer, shady dealer, swindler, sharper, crook, shark, huckster, go-getter, rustler* (энергичный, предприимчивый делец), *trafficker* (торговец запрещенным товаром), *drug trafficker, drug baron, drug lord, wheelerdealer*

(мастер закулисных сделок, манипулятор), *bad egg* (мошенник).

В историческом ракурсе образ бизнесмена – это образ хозяина, а образ рабочих на его предприятии – это образ товара, машины, инструмента. Таким образом, реализуется схема подобия компаративного фрейма «ЧЕЛОВЕК есть как будто ТОВАР»:

*Employees were seen as a commodity to be exploited to the full; as a workload [23].*

Производительность работника зависела от количества потребляемого этой машиной топлива – денег. Здесь реализуется компаративный фрейм, схемы подобия «НЕКТО/НЕЧТО-компаратив есть как будто НЕКТО/НЕЧТО-коррелят»; акциональный фрейм, схема действия «НЕКТО/НЕЧТО-агенса действует на НЕКТО/НЕЧТО-аффектив»: «ЧЕЛОВЕК есть как будто МАШИНА», «ДЕНЬГИ есть как будто ТОПЛИВО», «БОЛЬШЕ ТОПЛИВА – ВЫШЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ»:

*To ensure effective performance was a simple matter of fuelling the person with money. The worker was treated like a money-burning machine [23].*

Доходы от бизнеса принадлежат владельцу предприятия, прибыль как сливки, снимается хозяином. Схема подобия компаративного фрейма «ФИНАНСОВАЯ ПРИБЫЛЬ есть как будто СЛИВКИ (верхний слой)» и схема действия акционального фрейма «ПОЛУЧАТЬ ПРИБЫЛЬ есть СНИМАТЬ СЛИВКИ»:

*The workers would not personally benefit financially as the increased profits would be creamed off by the owners [23].*

Информация о состоятельности, богатстве бизнесмена, актуализованная устойчивыми словосочетаниями, структурируется путём комбинации акционального, предметного и посессивного фреймов: *to eat the fat of the land, to live like a king, to live like a fighting cock, to eat high of the hog, to live a life of luxury, to rake in heaps of money, to roll in money, to heat the jackpot, coming out of one's ears, to have money to burn, to wallow in money, as safe as in God's pocket, to stand on one's feet, to be well dug in, to feel one's feet, to have a cushy job, fat job, money for old rope, the almighty dollar.*

В последнем случае фразеологизмы, связанные с концептом БИЗНЕСМЕН, фиксируются не только в дискурсе. В результате конвенционализации большинство из них вошли в лексическую систему английского языка и представлены в его лексикографических источниках.

### 3. Выводы

В результате проведенного анализа лексических средств номинации концепта БИЗНЕСМЕН и способов его актуализации в дискурсе, использования дефиниций и привлечения представлений о нем у носителей языка в статье выявлены его когнитивные признаки. В соответствии с наиболее характерным пропозициями это предметные, акциональные, квалификативные и компаративные свойства БИЗНЕСМЕНА. Построенная по методике семантики лингвальных сетей С.А. Жаботинской концептуальная сеть БИЗНЕСМЕН демонстрирует не только отдельные фреймы и их более конкретные схемы, но и взаимные наложения и пересечения фреймовых структур.

Полученные данные и примененная методика семантики лингвальных сетей открывают перспективы для дальнейших исследований концептов на материале английского и других языков, расширения сферы таких исследований с синхронии на область диахронии и их применение в межкультурном ракурсе.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл / Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1976. – 387 с. 2. Белявская Е.Г. Семантическая структура слова в номинативном и когнитивном аспектах / Е.Г. Белявская. – М. : МЛГУ, 1991. – С. 83–84. 3. Болдырев Н.Н. Концепт и значение слова / Н.Н. Болдырев // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2001. – С. 25–36. 4. Гоффман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / И. Гоффман [пер. с англ. ; под ред. Г.С. Батыгина, Л.А. Козловой]. – М. : Институт социологии РАН, 2003. – 752 с. 5. Демьянков В.З. Термин “концепт” как элемент терминологической культуры / В.З. Демьянков // Язык как материя смысла : сб. статей в честь академика Н.Ю. Шведовой; отв. ред. М.В. Ляпон. – М. : Изд. центр “Азбуковник”, 2007. – С. 606–622. 6. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ: типы фреймов /

С.А. Жаботинская // Вісник Черкас. ун-ту. – 1999. – Вип. 11. – С. 3–17. 7. Жаботинская С.А. Имя как текст: концептуальная сеть лексического значения (анализ имени эмоции) / С.А. Жаботинская // Когниция, коммуникация, дискурс : междунар. электрон. сб. науч. ст. – Харьков : ХНУ имени В.Н. Каразина, 2013. – № 6. – С. 47–76. – Режим доступа : <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse> 8. Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики / Е.С. Кубрякова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1. – С. 6–17. 9. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов / Дж. Лакофф ; [пер. с англ. Р.И. Розиной] // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. – М., 1988. – С. 12–51. 10. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор ; [пер. с англ. Р.И. Розиной] // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. – М., 1988. – С. 52–92. 11. Цурикова Л.В. Проблемы когнитивного анализа дискурса в современной лингвистике / Л.В. Цурикова // Вестник Воронеж гос. ун-та. – 2001. – № 2. – С. 145. 12. Fauconnier G. Conceptual Intergration and Formal Expression / G. Fauconnier, M. Turner // Journal of Metaphor and Symbolic Activity. – 1995. – V. 10, № 3. – P. 183–204. 13. Jackendoff R. Semantics and cognition / R. Jackendoff. – Cambridge (Mass.) : MIT Press, 1993. – 287 p. 14. Johnson M. The body in the mind (the bodily basis of meaning, imagination, and reason) / M. Johnson. – Chicago, L. : The University of Chicago Press, 1987. – 233 p. 15. Lakoff G. Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind / G. Lakoff. – Chicago : University of Chicago Press, 1987. – 614 p. 16. Langacker R.W. Cognitive grammar. A basic introduction / R.W. Langacker. – New York : Oxford University Press, 2008. – 562 p. 17. Manning Ph. Erving Goffman and modern sociology / Ph. Manning. – London : Polity Press, 1992. – P. 19. 18. Minsky M. A framework for representing knowledge / M. Minsky // The Psychology of computer vision. – New York : McGraw-Hill, 1975. 19. Roussopoulos N.D. A semantic network model of data bases / N.D. Roussopoulos // TR № 104, Department of Computer Sciences, University of Toronto, 1976.

### ИСТОЧНИКИ

#### ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

20. Browne C. The Job of a Businessman / C. Browne. – Demand Media [Electronic resours]. – Access : work.chron.com 21. Newell S. The healthy organization / S. Newell. – London and New York : Routledge, 1995.

22. Weber M. The theory of social and economic organization / M. Weber. – Chicago : Free Press, 1947.  
23. Taylor F.W. Principles of scientific management / F.W. Taylor. – N.Y. : Harper, 1911. – 221 с.  
24. CEDAL Collins. Cobuild. English Dictionary for Advanced Learners // The University of Birmingham Harper Collins Publishers Ltd., 2001.  
25. CIDE – Cambridge International Dictionary of English. – Cambridge University Press, 1996.  
26. OALD – Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford University Press, 2005.  
27. Macmillan Dictionary – URL [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mac-millandictionary.com>.  
28. <http://info.srochno.ua/professions/management/2051>.  
29. <http://dicts.iknowit.ru/word766.html>.  
30. [http://slovari.yandex.ru/dict/glossary/article/302/0302\\_187.HTM](http://slovari.yandex.ru/dict/glossary/article/302/0302_187.HTM).

## REFERENCES

- Arutjunova, N.D. (1976). *Predlozhenie i ego smysl [The sentence and its meaning]*. M.: Nauka Publ.
- Beljavskaia, E.G. (1991). *Semanticheskaja struktura slova v nominativnom i kognitivnom aspektah [Semantic structure of the word in the nominative and cognitive aspects]*. M.: MLGU Publ.
- Boldyrev, N.N. (2001). Koncept i znachenie slova [Concept and meaning of the word]. In: I.A. Sternin (ed.). *Metodologicheskie problemy kognitivnoj lingvistiki*. Voronezh: VGU Publ., pp. 25–36.
- Curikova, L.V. (2001). Problemy kognitivnogo analiza diskursa v sovremennoj lingvistike [Problems of cognitive analysis of discourse in modern linguistics]. *Vestnik VGU. – VSU Messenger*, 2, 145–152.
- Dem'jankov V.Z. Termin “koncept” kak jelement terminologicheskoi kul'tury [The term «concept» as an element of terminological culture]. In: M.V. Ljapon (ed.). *Jazyk kak materija smysla : sb. statej v chest' akademika N.Ju. Shvedovoj*. M.: Izd. centr “Azbukovnik” Publ., pp. 606–622.
- Fauconnier, G. and Turner, M. (1995). Conceptual Intergration and Formal Expression. *Journal of Metaphor and Symbolic Activity*, 10(3), 183–204.
- Fillmor, Ch. (1988). Frejmy i semantika ponimanija [Frames and semantics of understanding]. *Novoe v zarubezhnoj lingvistike. – New in foreign linguistics*, 23, 52–92.
- Goffman, I. (2003). *Analiz frejmov: jesse ob organizacii povsednevnogo opyta [Analysis of frames: an essay on the organization of everyday experience]*. M.: Institut sociologii RAN Publ.
- Jackendoff, R. (1993). *Semantics and cognition*. Cambridge (Mass.): MIT Press.
- Johnson, M. (1987). *The body in the mind (the bodily basis of meaning, imagination, and reason)*. Chicago, L.: The Univ-ty of Chicago Press
- Kubriakova, E.S. (2004). Ob ustanovkah kognitivnoj nauki i aktual'nyh problemah kognitivnoj lingvistiki [On the Foundations of Cognitive Science and Current Problems of Cognitive Linguistics]. *Voprosy kognitivnoj lingvistiki. – Issues of Cognitive linguistics*, 1, 6–17.
- Lakoff, D. (1988). Myshlenie v zerkale klassifikatorov [Thinking in the Mirror of Classifiers]. *Novoe v zarubezhnoj lingvistike. – New in foreign linguistics*, 23, 12–51.
- Lakoff, G. (1987). *Women, fire and dangerous things. What categories reveal about the mind*. Chicago : Univ-ty of Chicago Press.
- Langacker, R.W. (2008). *Cognitive grammar. A basic introduction*. New York : Oxford University Press.
- Manning, Ph. (1992). *Erving Goffman and modern sociology*. London: Polity Press.
- Minsky, Ĭ. (1975). A framework for representing knowledge. In: P. Winston (ed.). *The Psychology of computer vision*. New York : McGraw-Hill, pp. 211–277.
- Roussopoulos, N.D. (1976). *A semantic network model of data bases* (Report '104). Toronto: University of Toronto
- Zhabotinskaja, S.A. (2013). Imja kak tekst: konceptual'naja set' leksicheskogo znachenija (analiz imeni jemocii) [Name as text: a conceptual network of lexical meaning (analysis of the name of emotion)]. *Kognicija, komunikacija, diskurs. – Cognition. Communication. Discourse*, 6, 47–76.
- Zhabotinskaja, S.A. (1999). Konceptual'nyj analiz: tipy frejmov [Conceptual analysis: frame types]. *Visnyk Cherkas. un-tu. – Cherkasy University Messenger*, 11, 3–17.