

АРГУМЕНТАЦІЯ У СВІТЛІ КОГНІТИВНИХ ОПЕРАЦІЙ (на матеріалі німецького аргументативного дискурсу)

І.І. Пірог, канд. філол. наук (Харків)

У статті досліджено лінгвокогнітивні механізми конструювання аргументації у німецькомовному дискурсі. Описано основні лінгвокогнітивні операції, які використовуються для створення аргументації. Встановлено, що у конструюванні аргументації, яка апелює до раціональної та емоційної сфер, задіяні когнітивні операції висвітлення, фокусування, заповнення контурів, специфікації та перспективізації. Для створення образної аргументації залучається метафоризація та блендінг.

Ключові слова: аргументація, дискурс, когнітивні операції, когнітивні процедури, конструювання.

Пірог И.И. Аргументация в свете когнитивных операций (на материале немецкого аргументативного дискурса). Статья посвящена исследованию лингвокогнитивных механизмов конструирования аргументации немецкого дискурса. Для конструирования аргументации, апеллирующей к рациональной и эмоциональной сфере адресата используются когнитивные операции высвечивание, заполнение контуров, фокусирование, спецификация, перспективизация. Для создания образной аргументации задействованы метафоризация и блендинг.

Ключевые слова: аргументация, дискурс, когнитивные операции, когнитивные процедуры, конструирование.

Pirog I.I. Argumentation in the Aspects of Cognitive Operations (on the Materiel of Argumentative Discourse). The article deals with linguistic and cognitive mechanisms of argumentation formation. The main linguistic operations, taking part in the construct of argumentation, are described. They are: prominence, filling in patterns of contours, focusing, specificity, perspective. The dependence of the argumentation method on the cognitive operations nature are established.

Key words: argumentation, cognitive operations, cognitive procedure, construal, discourse.

Аргументативний дискурс перебуває в центрі уваги наукових досліджень у межах різних шкіл та напрямів уже досить тривалий час. Наразі особливої актуальності набуває когнітивний підхід до вивчення аргументації. Це пояснюється, з одного боку, суттю дискурсу як когнітивного феномену, пов'язаного з передачею знань, оперуванням ними й створенням нових [7, с. 23] та, з іншого боку, загальною спрямованістю сучасної когнітивної лінгвістики на дослідження семантики тексту в площині ментальних процесів.

Для нашого розуміння дискурсу визначальними є принцип конструктивізму. Сенси-конструкти постають як результат послідовності взаємних змін у компетенціях комунікантів з урахуванням ситуації і контексту, як результат дискурсивних 'домовленостей'. Об'єкти знання конструюються

у дискурсі, а не пасивно відбиваються у ньому [13, с. 15]. Тож дискурс розуміємо як «мисленнєво-комунікативну діяльність, яка є сукупністю процесу й результату і включає як позалінгвальний, так і власне лінгвальний аспект» [14, с. 17], як вироблення спільних смислів на основі інтерсуб'єктивного наповнення мовної форми семіотичною значущістю [9, с. 21].

Мета статті полягає у дослідженні механізмів і способів організації концептуальної структури аргументативного дискурсу, а саме у висвітленні основних когнітивних операцій та процедур, що беруть участь у конструюванні аргументації.

Об'єктом дослідження є фрагменти різних типів німецькомовного дискурсу, що містять аргументативно марковані висловлення. Предмет становлять способи конструювання аргументації

у діалогічному та монологічному німецькомовному дискурсі, які описуються в площині когнітивних операцій та процедур.

На сьогоднішній день теорія аргументації є обширною сферою для досліджень, де перехрещуються інтереси різних дисциплін: від логіки та філософії до когнітивістики, нейролінгвістичного програмування та робіт зі створення штучного інтелекту. Аналіз наукових праць останніх років свідчить, що вивчення лінгвістичної аргументації ведеться на основі логіко-філософських напрацювань з опорою на дискурсивну парадигму. Серед існуючих підходів виділяємо три основні: лінгвокогнітивний, прагмалінгвістичний та комунікативний. З точки зору лінгвокогнітивного підходу аргументація – це когнітивна подія, мета якої полягає у створенні у адресата певного ментального стану, актуалізації фрагментів знань, здатних стати компонентами прийняття рішень [1; 11; 19; 37]. Прагмалінгвістичний підхід трактує аргументацію як вид мовленнєвої діяльності як особливу форму дискурсу, що характеризується використанням мовних засобів для вирішення проблем при розбіжності думок [10; 17]. У контексті комунікативного підходу – аргументація є комунікативною діяльністю суб'єкта з урахуванням вербальних, невербальних та екстралінгвальних чинників, метою якої є переконання адресата шляхом обґрунтування у правильності своєї позиції [3; 16; 25; 31].

Методологічним підґрунтям розуміння аргументації в нашому дослідженні є когнітивно-дискурсивна парадигма, згідно з якою дослідження аргументації передбачає встановлення її ролі у пізнавальних процесах, фіксації, збереження та використання досвіду осмислення навколишньої дійсності, вирішення проблем мовленнєвої діяльності [8, с. 65], з одного боку, та здійснення дискурсивної діяльності, змістом якої є вироблення спільних смислів на основі інтерсуб'єктного наповнення мовної форми семіотичною значущістю [9, с. 21]. Аргументацію розуміємо як когнітивно-дискурсивний процес, мисленнєво-мовленнєву діяльність, з урахуванням невербального та екстралінгвального аспектів [3, с. 5], комплекс когнітивних операцій, що конструюють особливий тип дискурсу.

За Р. Ленекером, основною властивістю концептуалізації є її динамічна сутність [30], що надає

їй набір можливостей певним чином кодифікуватися у мові. У процесі концептуалізації формується єдиний рівень презентації знань, на якому представлено мовну, сенсорну та сенсомоторну інформацію.

Ментальна репрезентація у лінгвістиці розглядається як об'єкт, що створюється завдяки когнітивним операціям та процесам із референційних значень елементів, які складають речення, розуміння мовленнєвої ситуації, фонових знань тощо [12, с. 114].

У когнітивній лінгвістиці вирізняють два основні підходи до розуміння ментальних репрезентацій. У рамках першого підходу знання у свідомості людини зберігаються у вигляді образів, гештальтів [35]. З позицій другого підходу, ментальні репрезентації трактуються як пропозиції [21; 24], які становлять конфігурацію концептів, що активуються у свідомості людини в процесі когнітивно-комунікативної діяльності [2, с. 92]. Під час реалізації певного мовленнєвого акту пропозиція вербалізується, однак залишається суб'єктивною, оскільки різні комуніканти мають різні ментальні репрезентації однієї і тієї самої ситуації [там само, с. 95]. Згідно з таким трактуванням ментальних репрезентацій, образи є вторинними утвореннями, які не несуть нової інформації, а базуються на вже існуючих пропозиціональних дискрипціях [26].

Концептуалізація аргументативного дискурсу обумовлюється вибором перспективи, що визначається як певна позиція адресанта. До позиції мають відношення мета, інтереси, погляди, уподобання, моральні, соціальні, етичні чинники, відповідно до яких адресант конструює свою аргументацію.

При конструюванні аргументативного дискурсу в контексті концептуальної інтеграції, важливими складовими є когнітивні операції [14, с. 13].

На сьогоднішній день у когнітивній лінгвістиці бракує чіткого визначення термінів, пов'язаних з когнітивними процесами й операціями, а також розмежування понять «лінгвокогнітивні операції» та «лінгвокогнітивні процедури». У нашому дослідженні ми спираємося на систематизацію понять «лінгвокогнітивні процеси», «лінгвокогнітивні операції» та «лінгвокогнітивні процедури» Л.І. Белехової [3].

Когнітивний процес (від лат. *processus* – ‘хід, рух, проходження, просунення вперед’) становить рух думки людини, спрямований на осмислення предметів, явищ та подій навколишньої дійсності з метою упорядкування, категоризації знань про світ. Лінгвокогнітивний процес орієнтований на визначення характеру взаємодії між мовою й мисленням. Він слугує трансформації образу ейдетичного, передконцептуального в образ концептуально структурований та охоплює низку лінгвокогнітивних операцій та підпорядкованих ним лінгвокогнітивних процедур, що забезпечують ословлення образу, втілення концептуальної структури в словесну тканину тексту.

Лінгвокогнітивна операція (від лат. *operatio* – ‘дія, спрямована на вирішення якогось завдання’) включає сукупність дій, спрямованих на формування смислів.

Лінгвокогнітивні процедури – це низка прийомів, що супроводжують лінгвокогнітивні операції на різних етапах формування смислів.

До лінгвокогнітивних операцій відносять: специфікацію (*specificity*), фокусування (*focusing*), висвічування (*prominence*), перспективізацію (*perspective*) [28, с. 55–84; див. також 6, с. 66–71]; зумінг, заповнення контурів [38, с. 66–71] та ін.

Р. де Мендоза розрізняє формальні та змістові когнітивні операції. Базуючись на конструктах мовних значень, формальні когнітивні операції є ментальними механізмами, які дають доступ користувачам мови до вибору, узагальнення, інтеграції концептуальних структур для створення та інтерпретації висловлень. До цієї групи когнітивних операцій належать підказка (*cueing*), селекція (*selection*), узагальнення (*abstraction*), інтеграція (*integration*), субституція (*substitution*). Сміслові когнітивні операції дозволяють робити логічні умовиводи на основі ініціальних концептуальних репрезентацій, створених у ході формальними когнітивними операціями. Це експансія (*expansion*) та редукція (*reduction*), кореляція (*correlation*), порівняння (*comparision*), посилення (*strengthening*) та пом’якшення (*mitigation*), параметризація – опис фізичних процесів за допомогою параметрів (*parametrisation*) [32, с. 85–221].

До когнітивних операцій відносять також блендінг – багатовимірну модель, в якій структура двох

чи більшої кількості складових (ментальних світів) проектується в особливий новий образ [20].

Таким чином, когнітивні операції є механізмами, що використовуються у процесі мислення для відтворення ментальних репрезентацій, які зберігають та добувають необхідну інформацію.

Здатність когнітивних операцій конструювати, репрезентувати та обґрунтовувати певні знання у процесі концептуалізації робить їх невід’ємним атрибутом аргументативного дискурсу. У наведеному нижче прикладі – дискурсивному фрагменті публіцистичного аргументативного дискурсу – адресант заспокоює свою аудиторію, стверджуючи, що німецькій економіці криза не загрожує:

Exporteure befürchten Währungskrieg

Nein, der deutsche Außenhandel ist nicht in einer Krise (T).

Das ist schon aus den Zahlen deutlich abzulesen. Waren im Gegenwert von 1134 Milliarden Euro wurden im vergangenen Jahr ins Ausland verkauft, das waren 3,7 Prozent mehr als 2013. (A1 – A.1.1). Auch in diesem Jahr soll es weiter aufwärts gehen, um bis zu 4,5 Prozent auf dann 1.185 Milliarden Euro (A1.2). Im Gegenzug kaufen deutsche Unternehmen zwar auch immer mehr Waren in anderen Ländern ein, der Exportüberschuss wird sich dennoch weiter steigern, von 217 Milliarden Euro im vergangenen Jahr auf 231 Milliarden in diesem Jahr (A2.)

Anton Börner, der Präsident des Bundesverbandes Großhandel, Außenhandel und Dienstleistungen (BGA), kann die nicht nachvollziehen. «Wenn es Deutschland gut geht, geht es auch vielen Unternehmen in unseren europäischen Nachbarstaaten gut» (A3). (2)

Хоча заголовок статті демонструє метафоричне, образне мислення, у ході подальшої аргументації адресант використовує лише логічні аргументи. Аргумент А1, підсилений додатковим аргументом А1.1, та аргумент А2 апелюють до цифрових даних, аргумент А3 – до авторитету, який не викликає заперечень. Теза, виражена експліцитно, є прикладом когнітивної операції перспективізації. Перспективізація становить когнітивну процедуру, спрямовану на пошук вигідної позиції (*vantage point*) або ракурсу інтерпретації, що забезпечить адекватність трактовки аргументації. У наведено-

му прикладі перспективізується переконання щодо стабільності економічної ситуації. Перспективізація супроводжується когнітивною операцією ‘заповнення контурів’: інформація подається порціями, заповнюючи контури окресленого уявою адресанта простору.

Використання множинної аргументації, тобто приведення окремих незалежних один від одного аргументів на підтримку тези, вказує на те, що у наведеному дискурсивному фрагменті наявна також когнітивна операція ‘висвітлення’. Зокрема, в аргументі А1 ключовим концептом є *VERKAUFEN*, у аргументі А2 – *KAUFEN*. Хоча дієслова, які вербалізують ці концепти, є антонімами, завдяки наявному контексту обидва досить переконливо підтримують тезу, оскільки відображають активацію різних доменів. Ч. Філмор зауважував, що для розуміння значення деяких слів необхідно розуміти концепт, до якого вони відносяться та їх конвенціоналізацію у певному узусі. Дієслова *verkaufen* та *kaufen* активують і можуть дублювати фрейм комерційні трансакції. Але *verkaufen* «висвічує» слоти продавець та гроші, а *kaufen* – покупець та товар. Висвітлення денотативної інформації при використанні логічних аргументів сприяє переконливій аргументації.

Когнітивна операція висвітлення використовується також і при апеляції до почуттів. Наприклад, у романі Е.М. Ремарка «Drei Kameraden» прибиральниця автозаправки виправдовується, чому вона випила весь коньяк свого директора, аргументує: «*Herr Lokamp – Mensch is ein Mensch (T) – erst hab ich nun dran gerochen und dann einen Schluck genommen (A1) – weil mir im Magen doch immer so faul is (A1.1) – ja, und dann muss mir der Satan geritten haben. Man soll ein armes Weib auch nicht in Versuchung führen und die Pulle stehen lassen*» (A2).

Тезу імпліковано у тавтологічному висловленні «*Mensch is ein Mensch*» – фразеологічний розповідної структури, що має тавтологічну форму та ґрунтується на формальному збігові аргумента й предиката і слугує для актуалізації імплікатури [5, с. 5], у цьому випадку імплікатура має вигляд: ‘Людині притаманна слабкість. Я – людина, тому мені притаманна слабкість’. В імплікатурі виражено тезу, на підтримку якої вибудовується аргу-

ментація та яка висвічує лише певну частину концепту людина.

У наступному прикладі герой роману Ф. Кафки «Процес» веде внутрішній діалог, намагаючись переконати себе, що він у безпеці: *Was waren denn das für die Leute? Wovon sprachen sie? Welche Behörde gehören sie an? K. lebte doch in einem Rechtsstaat (A1), überall herrschte Friede (A2), alle Gesetze bestanden aufrecht (A3), wer wagte ihn in seiner Wohnung zu überfallen?* (1, с. 6)

При побудові аргументації використано проактивний спосіб поєднання, при якому спочатку наводяться аргументи, з яких витікає теза, виражена імпліцитно. Аргументація конструюється за допомогою когнітивної операції фокусування.

Фокусування є відбором концептуального змісту мовленнєвої актуалізації. Під час аргументації адресант приймає рішення, яку інформацію висунути на передній план, а яку – залишити на задньому плані. Особливістю когнітивної операції фокусування є також здатність формувати складні структури з простих – ідеться про так званій «символьний монтаж». Іншими словами, серед всіх доменів у матриці (тобто за набором доменів) у певній ситуації активується лише певна кількість доменів. Це спосіб відбору. У аргументативному дискурсі обрані домени активуються, фокусуючи головну думку. Приміром, аргументи А1, А2 і А3 є «фоном», а рішення (теза) – «фігурою». Отже, головний герой, фокусуючи увагу на факті, що він живе у правовій державі та, наводячи докази цього, переконує себе, що добропорядному громадянину нічого не загрожує.

Для створення образної аргументації у німецькомовному публіцистичному аргументативному дискурсі активно використовуються метафора та блендинг. Наприклад, аргументацію у статті «*Schlachten schlagen*» (Markt, № 35) побудовано на використанні метафоричних висловлень в ролі аргументів: *Die ersten 100 Arbeitstage sind gerade für Berufsanfänger eine harte Probe. Überall laufen Gefahren und Fettnäpfchen, Dutzende unbekannte Gesichter und Namen, interne Abkürzungen, Rituale, Dresscodes – das alles prasselt geballt auf die Frischlinge ein. <...> Der Flurfunk in Teeküchen, Sekretariaten und Kantinen öffnet Neulingen die Tür zu einer versteckten Welt:*

den inoffiziellen Strukturen und Netzwerken im Unternehmen (4). Образне зображення ситуації позбавляє адресанта необхідності вибудовувати логічну аргументацію. Замість пошуку логічно верифікованих доказів адресант надає метафоричні характеристики.

Для створення позитивного чи негативного образного аргументу має значення галузь-донор відповідної метафоричної пропозиції. Наприклад, до метафор з позитивним образним смислом відносять такі, що стосуються сфери-донора WELLE, LICHT, MOTOR (хвиля, світло, мотор). Негативне значення отримує метафора, пов'язана зі сферою-донором BERG (гора) або SPIRALE (спіраль), яка асоціюється з невідворотністю.

Отже, метафора виявляється важливим елементом аргументації та забезпечує високу інтенсивність впливу на адресата. Метафора здатна формувати переконання адресата. У процесі сприйняття метафори відбувається своєрідний запуск необхідних асоціацій, адресант втягується безпосередньо в переживання ситуації або переживання емоції.

У ході проведеного аналізу було встановлено, що для конструювання аргументації, що апелює до раціональної та емоційної сфер важливу роль відіграють когнітивні операції висвітлення, фокусування, заповнення контурів, специфікації, перспективізації. Для створення образної аргументації залучається метафоризація.

Отже, застосування інструментарію когнітивістики, а саме, знання про когнітивні операції, видається досить перспективним для аналізу аргументативних дискурсів різних типів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранов А.Н. Лингвопрагматические механизмы аргументации / А.Н. Баранов, А.Н. Сергеев // Рациональность, рассуждение, коммуникация / под ред. А.Т. Шимуратова. – Киев : Научна думка, 1987. – С. 22–41. 2. Безугла Л.Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі : монографія / Безугла Л.Р. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2007. – 332 с. 3. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации : монография / А.Д. Белова. – К. : Изд-во Киев. гос. ун-та, 1997. – 299 с. 4. Белехова Л.І. Словесний поетичний образ в історико-типологічній перспективі: лінгвокогнітив-

ний аспект : монографія / Белехова Л.І. – Херсон : Айлант, 2002. – 368 с. 5. Говоруха Н.В. Когнітивно-прагматичні властивості тавтологічних висловлень (на матеріалі німецькомовного дискурсу) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови“ / Н.В. Говоруха. – Харків, 2013. – 23 с. 6. Жаботинская С.А. Модели репрезентации знаний в контексте различных школ когнитивной лингвистики: интегративный поход / С.А. Жаботинская // Когнитивные исследования языка. – Вып. III. Типы знаний и проблемы их классификации : сб. науч. тр. / ред. Е.С. Кубрякова, Н.Н. Болдырев. – М. – Тамбов : Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008. – С. 61–74. 7. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике. Обзор / Кубрякова Е.С. // Дискурс, речь, речевая деятельность. – М. : 2000. – С. 7–25. 8. Кубрякова Е.С. В поисках сущности языка: Когнитивные исследования / Кубрякова Е.С. ; Ин-т. языкознания РАН. – М. : Знак, 2012. – 208 с. 9. Мартинюк А.П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / Мартинюк А.П. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – 196 с. 10. Пірог І.І. Прагматична когерентність сучасного німецького публіцистичного аргументативного дискурсу / Пірог І.І. // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київ. нац. лінгв. ун-ту. – Серія Філологія. Педагогіка. Психологія. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2011. – Вип. 22. – С. 99–104. 11. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [На матеріалах сучасної газетної публіцистики] : монографія / Серажим К. ; [за ред. В. Різуна]. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2002. – 392 с. 12. Талми Л. Отношение грамматики к познанию / Талми Л. ; пер. с англ. – Филол. фак-т МГУ, 1999. – № 1. – С. 91–115. 13. Шевченко І.С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу / Шевченко І.С. // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Харків : Константа, 2005. – С. 9–28. 14. Шевченко І.С. Дискурс як мисленнево-комунікативна діяльність / І.С. Шевченко, О.І. Морозова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. – Харків : Константа, 2005. – С. 11–28. 15. Alonso P. Conceptual Integration as a Source of Discourse Coherence. A Theoretical Approach with some Examples from William Boyd's "My Girl in a Skin-Tight Jeans" / P. Alonso / Atlantis. – 25.2 (December), 2003. – P. 13–23. 16. Brinker K. Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden / Brinker K. – 6, überarbeitete und erweiterte Aufl. – Neuberg Erion : Schmidt Verlag, 2005. – S. 179.

17. Eemeren van F.H. *Fundamentals of Argumentation Theory. A Handbook of Historical Backgrounds and Contemporary Developments* / van Eemeren F.H., Grootendorst R. – New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1996. – 397 p. 18. Croft W. *Construal operations in linguistics and artificial intelligence* / W. Croft, E.J. Wood // *Meaning and Cognition. A multidisciplinary approach* / Ed. by L. Albertazzi. – Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins. – 2000. – P. 51–78. 19. Coulson S. *Rational choice and framing devices: Argumentation and computer programmers. Proceedings of the sixteenth annual conference of the cognitive science society* / S. Coulson, N. Flor. – Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 2008. 20. Fauconnier J. *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities* / J. Fauconnier, M. Turner. – N.Y. : Basic Books, 2002. – 440 p. 21. Fodor J.A. *The Language of Thought* / Fodor J.A. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1975. 22. Giora R. *Irony: Context and salience* / R. Giora, O. Fein // *Metaphor and Symbol*. – 1999. – P. 241–257. 23. Jackendoff R. *Languages in the Mind. Essays on Mental Representation* / Jackendoff R. // *Cognitive Linguistics*. – 1996. – P. 93–129. 24. Johnson-Laird P.N. *Mental Models* / Johnson-Laird P.N. – Cambridge, Mass : Harvard University Press, 1983. 25. Kindt W. *Die Rolle sprachlicher Indikatoren für Argumentationsanalysen: Ein Ergebnisbericht aus der Linguistischen Rhetorik* / Kindt W. // *Rhetorische Wissenschaft: Rede und Argumentation in Theorie und Praxis*; [Kreuzbauer G., Gratzl N., Hiebl E. (Eds.)]. – Wien : LIT-Verlag, 2008. – S. 147–162. 26. Kosslyn S.M. *Imagery, proposition and the form of internal representation?* / S.M. Kosslyn, J.R. Pomerante // *Cognitive Psychology*. – 1977. – P. 52–76. 27. Lakoff G. *Women, Fire and Dangerous Things: What categories reveal about the mind* / G. Lakoff. – Chicago : University of Chicago Press, 1987. – 614 p. 28. Langacker R. *Cognitive grammar : a basic introduction* / Langacker R. – Oxford New York : Oxford University Press, Inc., 2008. – 573 p. 29. Langacker R. *Concept, Image and Symbol, the Cognitive Basis of Grammar* / Langacker R. – Berlin; N.Y. : Mouton de Gruyter, 1990. – 546 p. 30. Langacker R.W. *A dynamic usage-based model* / Langacker R.W. // *Usage-based models of language* ; [ed. by M. Barlow, S. Kemmer]. – Stanford, California : CSLI Publications, 2000. – P. 1–64. 31. Lumer Ch. *Überreden ist gut, überzeugen ist besser! Argumentativer Ethos in der Rhetorik* / Lumer Ch. ; [G. Kreuzbauer, N. Gratzl, E. Hiebl (Eds.)]: *Persuasion und Wissenschaft: Aktuelle Fragestellungen von Rhetorik und Argumentationstheorie*. – Wien : LIT-Verlag, 2007. – S. 7–33. 32. Mendoza R. *Cognitive Modelling. A linguistic perspective* / Francisco J. Ruiz de Mendoza Ibáñez, Alicia Galera Masegosa. – Kd. S. Counture : Bengamins Publishing Company. – 2014. – 250 p. 33. Sanders J. *Perspective and the representation of speech and thought in narrative discourse* / Sanders J., Redeker G. // *Spaces, Worlds and Grammar* ; [ed. by G. Fauconnier, E. Sweetser]. – 1996. – № 9. – P. 290–317. 34. Shepard R.M. *The mental image* / Shepard R.M. // *American Psychologist*. – 1978. – № 33. – P. 125–137. 35. Sloman A. *Interactions between Philosophy and Artificial Intelligence: the role of intuition and non-logical reasoning in intelligence* / Sloman A. // *Artificial Intelligence*. – 1971. – № 2. – P. 209–225. 36. Till D. *Was ist, Kognitive Rhetorik?* [Elektronный ресурс] / Till D. – Режим доступа : <http://purl.oclc.org/NET/KognitiveRhetorik>. 37. Vesalainen M. *Prospektwerbung: Vergleichende rhetorische und sprachwissenschaftliche Untersuchungen an deutschen und finnischen Werbematerialien* / Vesalainen M. – Frankfurt am Main : Peter Lang GmbH, Europäischer Verlag der Wissenschaften, 2001. – 429 S. 38. Vorobyova O. *“The mark on the wall” and literary fancy: A cognitive sketch* / Vorobyova O. // *Cognition and Literary Interpretation in Practice* ; [ed. by Harri Veivo, Boo Pettersson and Merja Polvinen]. – Helsinki : Helsinki University Press, 2005. – P. 201–217.

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

1. Kafka F. *Der Prozeß* / F. Kafka. – Frankfurt am Main und Hamburg : Fischer Bücherei, 1967. – 165 S.
2. Kinkartz S. *Exporteure befürchten Währungskrieg* [Elektronный ресурс] / Kinkartz S. – Режим доступа : <http://www.dw.de/exporteure-befurchten-waerungskrieg/a-1830562>.
3. Remarque E.M. *Die drei Kameraden* / E.M. Remarque. – Hamburg : GroßVerlag, 2006. – 298 S.
4. Markt. *Goethe-Institut. Red. Dr. Bernd Schneider* [Elektronный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.marktdigital.de>