

ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «БИЗНЕС-МОДЕЛЬ»

*М.Л. Ильченко, канд. филол. наук,
Ю.С. Выходец, канд. тех. наук (Харьков)*

В статье описана методика применения лингвистического инструментария для определения понятия «бизнес-модель» с опорой на когнитивные методы исследования, включающие семантический и концептуальный анализ. Предложено обобщенное определение бизнес-модели. Выявлено принадлежность бизнес-моделей к семиотическим фрактальным системам.

Ключевые слова: бизнес-модель, домен, итерация, концепт, лингвокогнитивный анализ, пропозиция, семантический и концептуальный анализ, семантическая роль, семиотическая фрактальная система, фрейм.

Ильченко М.Л., Выходец Ю.С. Лінгвокогнітивний аналіз поняття БІЗНЕС-МОДЕЛЬ. У статті описана методика застосування лінгвістичного інструментарію для визначення поняття «бизнес-модель» з опорою на когнітивні методи дослідження, що включають семантичний і концептуальний аналіз. Запропоновано узагальнене визначення бізнес-моделі. Виявлено належність бізнес-моделей до семіотичних фрактальних систем.

Ключові слова: бізнес-модель, домен, ітерація, концепт, лінгвокогнітивний аналіз, пропозиція, семантичний і концептуальний аналіз, семантична роль, семіотична фрактальна система, фрейм.

Pchenko M.L., Vykhodets Y.S. Lingvocognitive analysis of BUSINESS MODEL as a concept. The article describes the use of linguistic tools to determine “business model” by means of cognitive research methods, including semantic and conceptual analysis. The authors have offered a generalized definition of the business model and proved that business models are semiotic fractal systems.

Keywords: business model, concept, domain, frame, iteration, lingvocognitive analysis, proposition, semantic and conceptual analysis, semantic role, semiotic fractal system.

Введение. Когнитивная парадигма современных лингвистических исследований позволяет сквозь призму языковых данных познать внеязыковую действительность, механизмы человеческого мышления, а процессы кодирования и объективации знаний о мире в языковых структурах.

Актуальность статьи обусловлена важной научно-практической задачей – генерализировать определение понятия БИЗНЕС-МОДЕЛЬ с целью предоставлять предприятиям услуги по бизнес-моделированию и ре-инжинирингу.

Цель статьи – создать концептуальную межфреймовую сеть БИЗНЕС-МОДЕЛИ; определить семантические роли (актанты) в составе пропозиций, формирующих фреймы; выяснить устройство универсальной БИЗНЕС-МОДЕЛИ. Объектом

исследования является понятие БИЗНЕС-МОДЕЛЬ, а предметом – набор семантических ролей и связей между ними, формирующий изучаемое понятие.

Изложение основного материала. Для формализации знаний о БИЗНЕС-МОДЕЛИ в статье предлагается применить лингвистический инструментарий с опорой на когнитивные методы исследования, а именно *семантический* и *концептуальный* анализ.

Семантический (компонентный) анализ позволяет выявить все компоненты значений слова «бизнес-модель» на основе больших массивов лексики – синонимических рядов, лексико-семантических групп и полей [20]. Концептуальный анализ является продолжением семантического: после ана-

лиза значений слов (концептов) осуществляется анализ действительности с помощью данных концептов [15].

Следует уточнить, что термин “**концепт**” выступает в роли родового понятия для целого ряда ментальных сущностей, к которым относятся представления (обобщенно чувственно-наглядные образы), понятия (мысли о наиболее общих, существенных признаках предмета или явления как результаты рационального познания), гештальт (комплексная, целостная функциональная структура, объединяющая чувственные и рациональные элементы), схема действий [6, с. 82]. То есть концептами могут быть оперативные единицы сознания с различным наполнением [12, с. 143; 19, с. 56–58]. Соответственно, концепт выступает единицей познания мира, имеющей разную степень информативной насыщенности. Концепты – динамические единицы, которые, «оставаясь целостным образованием, могут изменяться и отражать человеческий опыт» [21, с. 77].

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ представляет собой объект действительности, который имеет свою концептуальную структуру, состоящую из набора понятийных элементов и связей между ними [7, с. 54]. Лексическое значение **БИЗНЕС-МОДЕЛИ** охватывает определенный фрагмент информации о внеязыковой сущности, объем которого предстоит выяснить. К примеру, в словарной дефиниции **БИЗНЕС-МОДЕЛЬ** выступает «совокупностью стандартизированных способов ведения бизнеса организацией, правил ведения этого бизнеса, лежащих в основе стратегии компании, а также критериев оценки его деловых показателей» [23]. Экстралингвистическое (внеязыковое) значение **БИЗНЕС-МОДЕЛИ**, в отличие от словарного, представляет собой открытый корпус знаний, компоненты которого имеют различную степень релевантности для прояснения этой сущности [27]. С рядом существующих терминологических определений бизнес-модели можно ознакомиться в работе Ю.С. Выходец и Н.Ю. Ровинской [2, с. 69–70].

В когнитивной лингвистике такой «открытый корпус знаний» соответствует понятию **домена** (domain), которое означает «любую целостную область концептуализации, по отношению к которой характеризуется семантическая структура»

[29, с. 547; 7, с. 54]. Таким образом, единичный концепт обуславливает существование ряда более специфичных концептов; они, в свою очередь, создают домены, в пределах которых появляются другие концепты, и так бесконечно. Подобные концептуальные иерархии не являются завершенными и изменяются по объему и сложности по мере изменения / увеличения ментальных представлений человека. К примеру, **БИЗНЕС-МОДЕЛЬ** может быть концептом в домене **БИЗНЕС**, с другой стороны сама **БИЗНЕС-модель** может стать доменом для таких концептов как **ПРЕДПРИЯТИЕ**, **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ**, **ПОТРЕБИТЕЛЬ**, **ПРЕДЛОЖЕНИЕ**, **ИНФРАСТРУКТУРА**, **ПРОДУКТ** и т.д.

Соответственно, **БИЗНЕС-МОДЕЛЬ** как концепт / домен будет включать всю разноплановую информацию о данном явлении – о его компонентах, свойствах и отношениях, о включенности его в различные виды деятельности и т.п.

Для того чтобы построить концептуальную структуру **БИЗНЕС-МОДЕЛИ**, необходимо задействовать понятие **фрейм** и **пропозиция** [3; 4; 7]. По определению Ч. Филлмора фрейм представляет собой набор концептов, связанных таким образом, что для понимания одного из них нужно понять целостную структуру, в состав которой они вовлечены [25]. Отношения между двумя концептами образуют **пропозицию**, которая является базисным элементом фрейма и одновременно элементарным фреймом. Семантико-синтаксическая структура пропозиции является реляционной структурой, имеющей два типа составляющих: термы или актанты, которые отражают предметы, лица, явления и т. д., в общем случае – сущности. В случае бизнес-модели такими сущностями выступают участники бизнес-процесса и вовлеченные предметы, явления и т. п.; предикаты, отображающие свойства сущностей и отношение между ними – действия участников бизнеса, совершаемые между собой, по отношению к и над другими лицами, предметами и т. п.

Термы, в зависимости от места в структуре предиката, могут существенно менять свое семантическое значение. Например, «**ФИРМА 1** продала **ФИРМЕ 2**» и «**ФИРМА 2** продала **ФИРМЕ 1**», где предикат сохраняется – акт продажи. Преди-

каты отличаются друг от друга количеством аргументов (одноместные, двухместные, трехместные, редко более трех) и порядком. Предикаты первого порядка в качестве аргументов используют только термы (ФИРМА 1 произвела ТОВАР), более высокого порядка – могут использовать другие предикаты (ФИРМА 1 поручила произвести товар ФИРМЕ 2).

Инвентарь семантических ролей может иметь разный состав и объем (ср. в частности [1, с. 370–377; 16, с. 587–588], а также обзор различных подходов и теоретических проблем в [25; 17, с. 160–165]), что во многом определяется конкретными нуждами его использования. При этом роль – это инвариант множества морфосинтаксических способов кодирования участника; так же и семантически – это генерализация функций участника в круге ситуаций, обозначаемых группой предикатов.

На основе множества семантических ролей, описываемых в языкознании, релевантным для концептуализации БИЗНЕС-МОДЕЛИ является следующий набор: БЛОК АГЕНСА, БЛОК ПАЦИЕНСА, БЛОК ИНСТРУМЕНТА и БЛОК ОБСТОЯТЕЛЬСТВ. В процессе создания бизнес-модели задачей лингвистики является определение всех блоков и их наполнения, а задачей бизнес-эксперта – успешное / оптимальное комбинирование элементов блока (семантических ролей):

БЛОК АГЕНСА: ЭФФЕКТОР (выполняет поручение) – БРОКЕР / ПОСРЕДНИК; КОАГЕНТ (сотрудничает) – УЧАСТНИК ОБЪЕДИНЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ, КОНГЛОМЕРАТА, КОНЦЕРНА, КОНСОРЦИУМА, ХОЛДИНГА, ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ГРУППЫ и т.п.; КОНТРАГЕНТ (эталон сравнения) – АГЕНС-КОНКУРЕНТ; КАУЗАТОР (создает /

производит) – СОЗДАТЕЛЬ (предприниматель, производитель, изобретатель); ИНИЦИАТОР (продает) – ДИСТРИБЬЮТОР / ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (трейдер, дилер, оптовый продавец, ритейлер); ПОСЕССОР (владеет) – ВЛАДЕЛЕЦ ОБОРОТНЫХ и ВНЕОБОРОТНЫХ АКТИВОВ; ЭЛЕМЕНТИВ (противодействует агенту) – ФАКТОРЫ РИСКА (внешние и внутренние с учетом специфики каждого из видов агенса);

БЛОК ПАЦИЕНСА: БЕНЕФАКТИВ (извлекает выгоду) – КЛИЕНТЫ, ПАРТНЕРЫ. Для каждого типа АГЕНСА будут свои БЕНЕФАКТИВЫ (например, ключевые клиенты, на которых фирме-продавцу следует делать основной упор); ФАКТИВ (РЕЗУЛЬТАТИВ) (формируется, видоизменяется, исчезает) – ПРОДУКТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ, а именно ТОВАРЫ и УСЛУГИ;

БЛОК ИНСТРУМЕНТА: РЕСУРС (участвует в действии агенса, но не является ее результатом) – АКТИВЫ; СПОСОБ – РАСПОРЯЖЕНИЕ АКТИВАМИ (сохранение, обособление, аренда, продажа, ликвидация, отчуждение и т.д.);

БЛОК ОБСТОЯТЕЛЬСТВ: ЛОКАТИВЫ (аблатив / сфера (исходное место), цель (директив) / сфера (конечное место), транзитив / уровень / сфера (промежуточное место); маршрут / направление – определяя ЛОКАТИВЫ, можно визуализировать географию деятельности фирмы от населенного пункта до дальнего зарубежья. Определив ЛОКАТИВЫ, можно сформировать географию не только АГЕНСА (фирмы), но и БЕНЕФАКТИВА (клиентов или потребительский рынок); ПРИЧИНА (мотивы деятельности фирмы / подразделения и т.д.). Объединив тематически сближенные пропозиции с заполненными семантическими ролями в фреймы, можно структурировать исходный концепт БИЗНЕС-МОДЕЛИ (рис. 1):

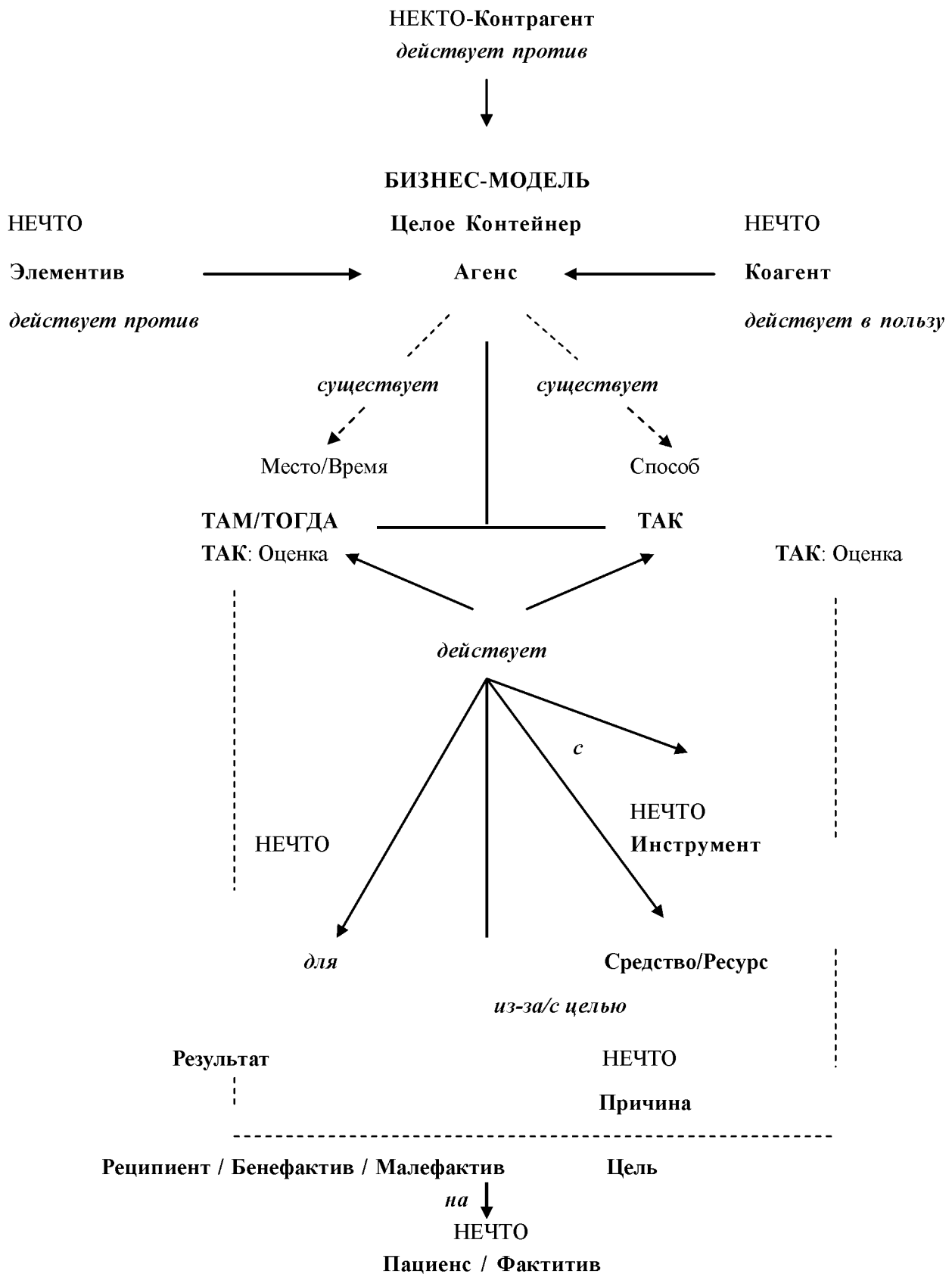


Рис. 1. Схемная концептуальная межфреймовая сеть БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Рассмотрев обобщенную межфреймовую сеть БИЗНЕС-МОДЕЛИ, мы пришли к выводу о том, что она представляет собой семиотическую фрактальную систему – при приближенном рассмотрении составляющих появляются новые детали [22]. Полученная нами структура БИЗНЕС-МОДЕЛИ обладает свойствами фрактальности (самоподобия) – на крупные элементы-знаки начинают накладываться небольшие знаки-детали, чем-то похожие на крупные. Фрактальность предполагает, что характерные конфигурации, или паттерны, многократно повторяются на низших уровнях так, что части на любом уровне по форме напоминают целое (например, снежинка Коха, лист папоротника, кочан цветной капусты). То есть, форма целого подобна самой себе на всех уровнях выбранного диапазона. В связи с этим основным методом для построения фракталов в математике служит итерация – многократное повторение определенной геометрической операции [10, с. 155–159; 7, с. 52–69]. Получается, что фрейм БИЗНЕС-МОДЕЛЬ повторяет сам себя в каждом из своих компонентов через один и тот же набор взаимообусловленных семантических ролей. Возможно лишь их частичное перегруппирование. То есть данный фрейм послужит доменом / фоном для других концептов, структурированных в виде фреймов. В центре межфреймовой сети БИЗНЕС-МОДЕЛИ изображен АГЕНС – то есть субъект действия. Это значит, что сама БИЗНЕС-МОДЕЛЬ есть АГЕНСОМ, так как она действует/работает. Как агент, БИЗНЕС-МОДЕЛЬ работает для БЕНЕФАКТИВА (например, предприятия). С другой стороны само ПРЕДПРИЯТИЕ является АГЕНСОМ, который работает для удовлетворения нужд БЕНЕФАКТИВА (например, клиентов, потребителей). При этом, предприятие-АГЕНС может исполнять одну из семантических ролей, предписанных его функциями, то есть быть КАУЗАТОРОМ (производить товар); ИНИЦИАТОРОМ (продавать готовый товар); ПОСЕССОРОМ (владеет площадью для производства / сбыта товара); ЭФФЕКТОРОМ (находит покупателей для КАУЗАТОРА). То есть бизнес-модель является моделью, состоящей из подобных себе моделей, структурирующих знания о себе на более низких уровнях!

Выводы. Лингвокогнитивный анализ концепта БИЗНЕС-МОДЕЛЬ носит прикладной характер и является сопутствующим для исследований этого феномена с позиций экономических дисциплин. Он помогает прояснить ментальную сущность, скрывающуюся за многообразными языковыми единицами, в которых выражается концепт, и придать ей рациональную, упорядоченную форму.

В терминах когнитивной лингвистики БИЗНЕС-МОДЕЛЬ представляет собой сложный конструкт фрактальной природы в виде концептуальной межфреймовой сети, состоящей из семантических ролей (актантов) и определенного набора связующих пропозиций (связей), вовлеченных в процесс итерации – многократного воспроизводства.

Перспектива исследования заключается в дальнейшей спецификации фреймовой структуры концепта / домена БИЗНЕС-МОДЕЛЬ для изучения процессов трансформации бизнес-моделей. Полученные данные послужат основой для создания междисциплинарного понятийного аппарата БИЗНЕС-МОДЕЛИ.

ЛИТЕРАТУРА

- Апресян Ю.Д. Теоретические проблемы русского синтаксиса: Взаимодействие грамматики и словаря / Ю.Д. Апресян, И.М. Богуславский и др.; отв. ред. Ю.Д. Апресян. – М.: Языки славянских культур, 2010. – 408 с. 2. Выходец Ю.С. Применение термина “бизнес-модель” для анализа и описания деятельности предприятия / Ю.С. Выходец, Н.Ю. Ровинская // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2013. – № 1. – С. 65–76. 3. Жаботинская С.А. Когнитивные и номинативные аспекты класса числительных (на материале современного английского языка) / С.А. Жаботинская – М.: Ин-т языкознания РАН, 1992. – 216 с. 4. Жаботинская С.А. Концептуальная модель частеречных систем: фрейм и скрипт / С.А. Жаботинская // Когнитивные аспекты языковой категоризации: сб. науч. тр. – Рязань: Рязан. гос. пед. ун-т им. С.А. Есенина, 2000. – С. 15–21. 5. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ: типы фреймов / С.А. Жаботинская // Вісник Черкас. ун-ту. – Філологічні науки. – 1999. – Вип. 11. – С. 3–20. 6. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ языка: фреймовые сети / С.А. Жаботинская // Мова. Науково-теоретичний часопис з мовознавства. – 2004. – № 9. Проблеми прикладної лінгвістики. – С. 81–92. 7. Жаботинская С.А. Лексическое значе-

- ние: принципы построения концептуальной сети / С.А. Жаботинская // Pstuga, A. (red.) Slovo z perspektywy jezykoznawcy s tlumacza. – Gdansk : Wydawnictwo Uniwersytetu Gdanskiego, 2005. – S. 53–62. 8. Жаботинская С.А. Ономазиологические модели в свете современных направлений когнитивной лингвистики / С.А. Жаботинская // С любовью к языку : сб. науч. тр. Посвящается Е.С. Кубряковой. – Москва-Воронеж : ИЯ РАН, Воронеж. ГУ, 2002. – С. 115–123. 9. Зенкин А.А. Когнитивная компьютерная графика / А.А. Зенкин ; [ред. Д.А. Поспелов]. – М. : Наука, 1991. – С. 192. 10. Капра Ф. Паутина жизни. Новое научное понимание живых систем / Ф. Капра. – К. : София; М. : ИД «София», 2003. – 310 с. 11. Кашкин Е.В. Семантические роли и сеть конструкций в системе FrameBank / Е.В. Кашкин, О.Н. Ляшевская // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: По материалам ежегодной Международной конференции «Диалог» (Бекасово, 29 мая – 2 июня 2013 г.). – Вып. 12 (19). – М. : Изд-во РГГУ, 2013. – С. 325–343. 12. Кубрякова Е.С. Роль словообразования в языковой картине мира / Е.С. Кубрякова // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира ; [под ред. Б.Н. Серебренникова]. – М. : Наука, 1988. – С. 141–172. 13. Кубрякова Е.С. Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи / Е.С. Кубрякова. – М. : Наука, 1991. – 239 с. 14. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики : учеб. пособие / М.В. Никитин ; [2-е изд., доп. и испр.]. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2007. – 819 с. 15. Никитина С.Е. Логический анализ языка. Культурные концепты / С.Е. Никитина ; [под ред. Н.Д. Арутюновой]. – Вып. 4. – М. : Наука, 1991. – С. 117–118. 16. Падучева Е.В. Динамические модели в семантике лексики / Е.В. Падучева. – СПб. : Экополис и культура, 2004. – 608 с. 17. Плуныян В.А. Общая морфология: Введение в проблематику : учеб. пособие / В.А. Плуныян ; [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 384 с. 18. Прохорова (Лакина) Н.Ю. К вопросу о соотношении семантических и социальных ролей приглагольных актантов / Н.Ю. Прохорова // Вестник Балтийск. федерал. ун-та им. И. Канта. – Сер.: Филологические науки. – 2013. – Вып. 2. – С. 127–134. 19. Стернин И.А. Концепты и лакуны / И.А. Стернин, Г.В. Быкова // Языковое сознание: формирование и функционирование ; [под ред. Н.В. Уфимцевой]. – М. : ИЯ РАН, 1998. – С. 53–67. 20. Стернин И.А. Семантический анализ слова в контексте / И.А. Стернин, М.С. Соматина. – Воронеж : Истоки, 2011. – 150 с. 21. Сухих С.А. Речевые интеракции и стратегии / С.А. Сухих // Языковое общение и его единицы. – Калинин : КГУ, 1986. – С. 71–77. 22. Тарасенко В.В. Фрактальная семиотика: слепые пятна, перипетии и узнавания / В.В. Тарасенко. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 232 с. 23. Толковый словарь «Инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей (от А до Я) [Электронный ресурс] ; 2-е изд., доп. / авт.-сост. В.И. Суслов. – Новосибирск : Сибир. науч. изд., 2008. – Режим доступа : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1365301>. 24. Clausner T.C. Domains and image schemas / T.C. Clausner, T.W. Croft // Cognitive Linguistics. – 1999. – No 10–1. – P. 1–31. 25. Fillmore Ch. The case for case / Ch. Fillmore // Universals in linguistic theory. – New York, 1968. – P. 1–88. 26. Goldberg A.E. Constructions: A construction grammar approach to argument structure / A.E. Goldberg. – University of Chicago Press; 1 edition (March 15, 1995). – 271 p. 27. Langacker R.W. A course in cognitive grammar [Manuscript] / R.W. Langacker. – San Diego : UCSD, 2000. – 73 p. 28. Langacker R.W. Concept, image and symbol. The cognitive basis of grammar / R.W. Langacker. – Berlin-New York. – Vol. 28, No. 2 (Sep., 1992). – P. 506–509. 29. Langacker R.W. Foundations of cognitive grammar. V. 1: Theoretical prerequisites / R.W. Langacker. – Stanford, CA, 1987. – 540 p.

REFERENCES

- Apresyan, Y.D. (2010). *Teoreticheskie problemy russkogo sintaksisa: Vzaimodeystvie grammatiki i slovarya [Theoretical problems of the Russian Syntaxes. Grammar and Vocabulary interaction]*. M.: Yazyiki slavyanskikh kultur.
- Clausner, T.C. and Croft, T.W. (1999) Domains and image schemas. *Cognitive Linguistics*. 10-1. 1-31.
- Fillmore, Ch. (1968) The case for case. *Universals in linguistic theory*. New York, 1-88.
- Goldberg, A.E. (1995) *Constructions: A construction grammar approach to argument structure*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kapra, F. (2003). *Pautina zhizni. Novoe nauchnoe ponimanie zhivyih system [Life web. The new scientific account of living systems]*. K.: Sofiya; M.: ID Sofiya.
- Kashkin, E.V. (2013). Semanticheskie roli i set konstruktiv v sisteme FrameBank [Semantic roles and the network of constructions in FrameBank System], 29 May-2 June, 2013, Kiev. [Proc. 29 May-2 June at "Dialog" conference, 2013, Kiev.]. M.: Izd-vo RGGU, 12 (19). Available at: <http://www.ruslang.ru/doc/kashkin/2013/08.pdf> (in Russian).

- Kubryakova, E.S. (1991). *Chelovecheskiy faktor v yazyike. Yazyik i porozhdenie rechi [The human factor in language. Language and speech production]*. – M.: Nauka.
- Kubryakova, E.S. (1998). *Rol slovoobrazovaniya v yazykovoy kartine mira [The role of wordbuilding in the linguistic picture of the world]*. M.: Nauka.
- Langacker, R.W. (1987) *Foundations of cognitive grammar. V. 1: Theoretical prerequisites*. Stanford, CA.
- Langacker, R.W. (1992) *Concept, image and symbol. The cognitive basis of grammar*. Berlin – New York.
- Langacker, R.W. (200) *A course in cognitive grammar [Manuscript]*. San Diego: UCSD.
- Nikitin, M.V. (2007). *Kurs lingvisticheskoy semantiki [The course of linguistic semantics]*. SPb.: Izd-vo RGPU im. A.I. Gertsena.
- Nikitina, S.E. (1991). *Logicheskiy analiz yazyika. Kulturnyye kontseptyi [The logical analysis of the language. The concepts of culture]*. M.: Nauka.
- Paducheva, E.V. (2004). *Dinamicheskie modeli v semantike leksiki [The dynamic models in the word semantics]*. SPb.: Ekopolis i kultura.
- Plungyan, V.A. (2003). *Obschaya morfologiya: Vvedenie v problematiku [The general morphology. Introduction into the problem]*. M.: Editorial URSS.
- Prohorova (Lakina), N.Y (2013). K voprosu o sootnoshenii semanticheskikh i sotsialnykh roley prilagolnykh aktantov. *Kanta, 2013 – Filologicheskie nauki*, 2, 127-134.
- Sternin, I.A. (1998). *Kontseptyi i lakuny [The concepts and lacunas]*. M.: IYa RAN.
- Sternin, I.A. (2011). *Semanticheskii analiz slova v kontekste [The semantic analysis of the word in the context]*. Voronezh: Istoki.
- Suhii, S.A. (1986) *Rechevyie interaktsii i strategii [Speech interactions and strategies]*. Kalinin: KGU.
- Suslov, V.I. (ed.). (2008) *Tolkovyy slovar «Innovatsionnaya deyatel'nost'». Terminy innovatsionnogo menedzhmenta i smezhnykh oblastey (ot A do Ya) [The explanatory dictionary of "Innovation Activities". The terms of innovation management and the related fields (A to Z)]*, 2-d edition. Novosibirsk: Sibirskoe nauch. izd. Available at: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1365301>.
- Tarasenko, V.V. (2009). *Fraktalnaya semiotika: slepye pyatna, peripetii i uznnavaniya [Fractal Semiotics: blind spots, troubles and recognition]*. M.: Knizhnyy dom "LIBROKOM". Available at: <http://www.proza.ru/avtor/odn11>.
- Vyihodets, Y.S. (2013) *Primenenie termina "biznes-model" dlya analiza i opisaniya deyatel'nosti predpriyatiya [The use of BUSINESS MODEL as a term to analyze and describe the manufacture processes]*. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvami mashinobudivnoii galuzi*, 1, 65–76. Available at: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eupmg_2013_1_8.pdf.
- Zenkin, A.A. (1991). *Kognitivnaya kompyuternaya grafika [Cognitive computer graphics]*. Moscow: Nauka.
- Zhabotinskaya, S.A. (1992). *Kognitivnyie i nominativnyie aspektyi klassa chislitelnykh (na materiale sovremennogo angliyskogo yazyika) [Cognitive and nominative aspects in the class of numerals (on the material of modern English language)]*. M.: In-t yazykoznaniya RAN. (in Russian)
- Zhabotinskaya, S.A. (1999). *Kontseptualnyi analiz: typy freymiv [Conceptual analysis: frame types]*. *Visnik Cherkaskogo universitetu. Filologichni nauki – Bulletin of Cherkassy University. Philology*. 11, 3-20.
- Zhabotinskaya, S.A. (2000). *Kontseptualnaya model chasterechnykh sistem: freym i script [Conceptual model of speech part systems: a frame and a script]*. *Kognitivnyie aspektyi yazykovoy kategorizatsii – Cognitive aspects of language categorization*. Ryazan: Ryazanskiy gos. ped. un-t im, 15–21. (in Russian)
- Zhabotinskaya, S.A. (2002). *Onomasiologicheskie modeli v svete sovremennykh napravleniy kognitivnoy lingvistiki [Onomasiological model in the light of modern trends of cognitive linguistics]*. In: *With love to language: collection of scientific papers. Dedicated ES Kubryakova*. Moskva-Voronezh: IIA RAN, Voronezhskiy GU, pp. 115-123. (in Russian)
- Zhabotinskaya, S.A. (2004) *Kontseptualnyy analiz yazyka: freymovyye seti [Conceptual analysis of the language: frame networks]*. *Mova. Naukovo-teoretichnyi chasopis z movoznavstva – Language. Scientific-theoretical journal of linguistics*, 9, 81-92.
- Zhabotinskaya, S.A. (2005). *Leksicheskoe znachenie: printsipy postroeniya kontseptualnoy seti [Lexical meaning: the principles of concept framework construction]*. In: Pstyga, A. (red.) *Slovo z perspektywy jezykoznawcy s tlumacza*. Gdansk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdanskiego, pp. 53-62. (in Russian)