

річ, яку не можна спостерігати завдяки тому досвіду, який вона набуває через свої спостереження.

Таким чином, розглядаючи КМ у романі “Осяйний шлях” М. Дребл, ми намагалися з’ясувати особливості бачення світу автором, її розуміння окремих концептів: життя, люди, світ, сім’я, любов, що входять до концептуальної системи особистості.

Завдяки концептуальній метафорі, яка визначається як одна з форм концептуалізації, як когнітивний процес, що виражає й формує нові поняття і без якого неможливо отримати нове знання [9, 55], та яка бере активну участь у формуванні особистісної моделі світу, допомагаючи сягнути найвіддаленіших ділянок концептуального поля, можна говорити про авторське бачення концептів.

Використана література:

1. Аристотель. Етика. Політика. Риторика. Поетика. Категорії. – Мн.: Література, 1998. – 1392 с.
2. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс. // Теория метафоры. — М, Прогресс, 1990. — С. 5-32.
3. Арутюнова Н.Д. Образ, метафора, символ в контексте жизни и культуры // *Rez Philologica*. — М.-Л.: Наука, 1990. — С. 71-88.
4. Будасси З.В. Когнитивные основы использования метафоры в естественнонаучном популярном журнальном дискурсе // Когнитивная семантика. Материалы второй международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. 11-14 сентября 2000 года. — Ч. 1. — Тамбов, 2000. — С. 220-222.
5. Васильев С.А. Синтез смысла при создании и понимании текста. — К., Наукова думка, 1988. — 240 с.
6. Воробьева О.П. Лингвистические аспекты адресованности художественного текста (одноязычная и межкультурная коммуникация): Дис. ... докт. филол. наук. — М., 1993. — 322 с.
7. Гак В.Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. — М.: Наука, 1988. — С. 11-26.
8. Е.С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. — М.: Филол. факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. — 356 с.
9. Маккормак З. Когнитивная теория метафоры // Теория метафоры. — М.: Прогресс, 1990. — С. 358-387.
10. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. - Полтава: Довкілля-К, 2006. — 716 с.
11. Шибанова Е.О. Метафорические концептуальные системы в сфере экономики и политики (на материале англоязычной прессы): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Моск. гос. лингв. ун-т. — М., 1999. — 25 с.
12. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. — М.: Наука, 1988. — С. 26-52.
13. Рикер П. Живая метафора // Теория метафоры. — М.: Прогресс, 1990. — С. 435-453.
14. Якобсон Р. В поисках сущности языка // Семиотика. — М.: Радуга, 1983. — С. 102-117.
15. Хосе Ортега-и-Гассет. Две великие метафоры // Теория метафоры. — М.: Прогресс, 1990. — С. 68-81.
16. Drabble M. The Radiant way. — L.: Weidenfeld and Nicolson, 1987. — 217 p.
17. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. — Chicago; L.: The University of Chicago Press, 1980. — 242 p.
18. Santos Dominguez L.A., Espinosa Elorza R.M. *Manual de Semantica Histórica*. — Madrid: Editorial Síntesis, D.L., 1996. — 223 p.

Наумова Н.Г.

Запорізький національний університет

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПТУ ‘ASSETS’ У ДІЛОВОМУ ДИСКУРСІ

Антропоцентричність сучасних мовознавчих студій зумовлює розгляд мови як невід’ємної складової розумової діяльності, що тісно пов’язана з інформаційним обміном. На зміну декларативним твердженням про зв’язок мови й мислення на порядок денний висуваються питання конкретних форм взаємодії мовлення та знання в когнітивно-комунікативних процесах. Оскільки вивчення ментальних моделей, які, на думку М. М. Полюжина, є основою для відбору необхідної комунікативної інформації з метою

побудови семантичних структур [6, 9], стимулює нові лінгвокогнітивні розвідки, то актуальним є вивчення проблеми трансферу знання у діловій галузі спілкування із використанням нових методологічних інструментів, розроблених мовознавцями на перетині наук. Дослідження концепту ASSETS у діахронічній перспективі стимулювалося усвідомленням постійно зростаючої ролі англomовного ділового спілкування у соціальному бутті світової спільноти. Попри те, що лінгвістичні виміри текстів ділової сфери спілкування в цілому та їхніх лексичних засобів зокрема неодноразово ставали об'єктом дослідницької уваги, їхні когнітивно-дискурсивні витоки ще не були предметом спеціального дослідження.

На тлі загальнонаукового інтересу до офіційно-ділової комунікації спостерігається відсутність спеціальних праць із чіткою орієнтацією на когнітивно-дискурсивну парадигму знання. Головні дискусії сучасної лінгвоконцептології розгортаються навколо проблем залежності концепту від мовної вербалізації [4; 12; 13], його зв'язку зі значенням, а саме активації значення в концептуальній структурі залежно від контексту й ситуації [6; 10; 12], кваліфікація концептів за способами їхнього формування [3; 8].

У вітчизняному мовознавстві поступово набуває визнання розуміння концепту як феномену не тільки лінгвокультурного, але й дискурсивного порядку, започатковане у роботах А. М. Приходька [7; 8] і О. О. Селіванової [10]. Незважаючи на фрагментарні дослідження концептосистем певних типів дискурсу [1; 9], процес їхнього формування ще не зазнав всебічного вивчення, а концептосистема ділового дискурсу у діахронії взагалі не розглядалася. Саме тому об'єктом нашого дослідження є еволюція концептів у діловому дискурсі.

У процесі пізнавальної діяльності, відзначає О. О. Селіванова [11, 256], зароджуються концепти, що відображають і узагальнюють досвід людини й інтеріоризовану її свідомість дійсність, підводячи інформацію під певні вироблені суспільством категорії та класи. Предметом нашого інтересу є процес зародження і формування одного із ключових концептів сучасної економічної діяльності ASSETS/ АКТИВИ на позначення основних фондів і майна у діловому дискурсі.

Мета статті – дослідити становлення такого концепту.

Якщо, поділяючи точку зору В. Б. Бурбело [2, 81], розглядати дискурс як процес і результат означення/смыслотворення, що включає його породження й сприйняття, метамовну діяльність, то цілком природно визначити сутність дискурсивної діяльності формування смислу, його закріплення та подальшу фіксацію у тексті. Досягнення поставленої мети передбачає з'ясування лінгвокогнітивних витоків формування концепту ASSETS у діловому дискурсі, дослідження процесів його породження у діахронічній перспективі, виявлення особливостей закріплення та кристалізації зазначеного концепту у концептосистемі ділового дискурсу. Реалізації зазначених завдань і присвячується наша стаття.

Оскільки у сучасному мовознавстві існує велика кількість дефініцій феномену “концепт”, звернемося до його розуміння як певного об'єкту зі сфери ІДЕАЛЬНЕ, що має ім'я й відображає культурно зумовлене уявлення людини про дійсність [3, 18]. Подібної до Г. Вежицької точки зору дотримуються й інші дослідники. Так, В. М. Манакін [4, 23] визначає концепт як одиницю етнокультурної інформації, що відображає світ національного сприйняття предметів і понять, позначених мовою. А. М. Приходько ґрунтовно доводить, що концепт – це “мірна одиниця менталітету” [8, 95]. Виходячи зі сказаного, можна стверджувати, що ‘концепт’ є когнітивно-культурно-епістемічним феноменом, в основі якого лежить категоризація досвіду і в якому раціональне начало

органічно сполучується з етнокультурним.

У фаховому спілкуванні концепт ASSETS визначається як “*a thing of value that a person or a company owns, such as money or property or the right to receive payment of a debt*” [19, 27]. За обсягом та характером кристалізованого досвіду ASSETS кваліфікується нами як специфікований, а за якістю – як понятійно-логічний концепт. За ним стоїть сукупність знання тих фінансових документів та операцій, що відображують вартість грошей, капіталовкладень або іншої власності у діловому дискурсі.

Під **діловим дискурсом** (ДД) ми розуміємо процес комунікації в економічній галузі знання з урахуванням його інтра- та екстралінгвальних чинників. Під впливом власне лінгвальних чинників формується повідомлення, а комунікативна інтенція отримує мовленнєві засоби свого відтворення. Екстралінгвальні чинники формують контекст повідомлення та задають прагмаепістемічні параметри процесу ділової комунікації (ДК). Оскільки визначення ДД як мовного продукту в усіх його соціокультурних виявах, утвореного в результаті економічної діяльності професійного співтовариства у сфері бізнесу [5, 352] є занадто широким, воно не враховує мовні, мисленнєві й інтерактивні чинники. Отже, використання цієї дефініції видається дещо проблематичним для цілей нашого дослідження.

Діловий дискурс, на нашу думку, є повторюваною функціонально-семантичною єдністю, закріпленою в певному мовленнєвому просторі. Поняття ДД корелюється з поняттям офіційно-ділового, загальнонаукового стилю, а усна форма його реалізації – ще й з розмовним стилем кодифікованої мови. Діловому дискурсу властива співвіднесеність із поняттям норми та мовленнєвих жанрів, у той час як він становить собою власний рівень із відповідними структурами та формами. Роль дискурсів різних типів і втілених у них смислових структур специфічно виявляється в різних галузях економічної сфери спілкування. Залежно від форми реалізації можна говорити про усний (існує в активній сфері) та писемний (тексти офіційно-ділових документів) ДД, а залежно від сфери розгортання ситуації ділового спілкування – про власне діловий дискурс та його види – рекламний, банківський, промисловий тощо.

Зважаючи на те, що доречно розглядати сукупність характерних саме для даного дискурсу концептів, яка являє собою такий їх набір, якому віддається перевага в тому чи іншому режимі спілкування, недоцільно говорити про концептосферу дискурсу (наприклад, економічного [9, 10]). Більш коректно говорити про його концептосистему. На наш погляд, концептосистема ділового дискурсу є інтегрованим цілим, суттєві властивості якого формуються через взаємозв'язки частин. Як відомо, системна організація будь-якого об'єкта чи явища передбачає виділення таксонів вищого і нижчого порядку, що існують за принципом включеності одних до складу інших. Стосовно ДД у цьому сенсі варто говорити про макроконцепти (концепти-категорії, базові концепти), гіперконцепти, власне-концепти та гіпоконцепти.

На відміну від макроконцептів у розумінні А. М. Приходька [8, 98], ASSETS не має наднаціонального характеру, як, наприклад MONEY, ECONOMY, PROPERTY, тому належить до гіперконцептів й вирізняється певною дискурсивною специфікою. ASSETS є меншим від макро-, але більшим від власне-концептів ментальним феноменом, а його складові системно впорядковуються згідно з принципами протиставлення. У такий спосіб ASSETS виступає родовим поняттям стосовно понять видових – концептів, які вербалізуються за допомогою лексем *basic production assets, long-term assets, productive assets*, необхідних для відображення професійно зумовлених уявлень людини про фінансову сторону економічної діяльності.

Необхідний для трансферу знання у діловому дискурсі перелік концептів-таксонів спадних рівнів абстракції є обмеженим соціопрагматичними, жанровими, стилістичними рамками спілкування у діловому дискурсі. Аналіз словників та довідників дозволяє виокремити понад 30 словосполучень, призначених для відображення світу професійного сприйняття предметів і понять фінансової діяльності. Пор.: *financial assets, fixed assets, intangible assets, key assets, reserve assets, slow assets* тощо [15, 12-13]. Таким чином, дискурсивно зумовлене значення можна узагальнити як “основні фонди підприємства, достатні для підприємницької діяльності й покриття заборгованості”.

В основі гіперконцепту ASSETS лежить категоризація досвіду щодо використання коштів або виконання боргових зобов’язань, швидкість чого відображується завдяки елементу “плинність” мовних одиниць на кшталт *circulating assets, tangible assets, floating assets, current assets, liquid assets* [19, 27]. Понятійне вираження концепту *liquid assets* наочно ілюструє те, що сьогодні швидко-зворотні кошти – *liquid assets* мають назву, ближчу до *liquidity* (рідина), ніж до *liquidate* (позбавити, звільнити від чогось). Пор.: (1) *Liquid – description of an asset that can be used as a means of payment or easily converted to a means of payment without risk of gain or loss in nominal value*; (2) *Liquidate – to sell an asset, other than to customers in the normal course of business* [18, 14].

Співвідношення між (1) *Liquid* і (2) *Liquidate* концептуалізується в ментальному світі мовця як цілком відомі факти. За умови спілкування у фінансово-комерційній галузі зв’язок між (1) і (2) кваліфікується як цілком мотивований, а тому зрозумілий у діловому дискурсі. Навпаки, у технічному або побутовому дискурсі причинні зв’язки між двома фактуальними ситуаціями концептуалізуються як незрозумілі, тому що на тлі фонового знання власномовного епістемічного світу користувачів англійської мови активуються значення “рідина, рідкий, розчинювати”

Як і семантика розуміння, семантика нерозуміння виникає між такими двома ситуаціями, кожна з яких кваліфікується мовцем як достовірне знання [7, 68]. Відповідно, постає питання щодо лінгвокогнітивних механізмів забезпечення трансферу достовірної інформації у ДД. Зіставний аналіз словників дає підстави стверджувати, що гіперонім ASSETS деталізується гіпонімом LIQUID ASSETS з точки зору швидкості розрахунків лише у професійно-орієнтованому дискурсі. Спостереження над мовним матеріалом у діахронічній перспективі показують, що як когнітивно-культурно-епістемічний феномен концепт LIQUID ASSETS містить нашарування минулих часів, які забезпечили утворення такого знакового комплексу, системно інтегрованого до гіпероніму ASSETS.

Унаслідок укорінення (‘entrenchment’ за Р. Ленекером [13, 4]) як повторення психологічної події плинність розрахунків залишила у свідомості мовця слід, що полегшував ментальну обробку подій, пов’язаних із взаємними фінансовими зобов’язаннями. Звична для представників ділової дискурсивної спільноти, легко відтворювана “рутина” досвіду супроводжувалася своєрідною заготовкою, яку Р. Ленекер називає “pre-package assembly” [13, 4], що не вимагала свідомої уваги до власних компонентів, тому LIQUID ASSETS набуло статусу професійно значущої лінгвальної одиниці, вплетеної до живої тканини соціальної діяльності та міжособистої взаємодії у діловому дискурсі.

Оскільки крім власне носіїв до процесу ДД завжди залучені користувачі англійської мови – комуніканти, які використовують її за професійною необхідністю, – зауважимо, що їхній епістемічний світ може співпадати, співпадати лише частково або не співпадати взагалі з епістемічним світом іншого індивіда. Однак у будь-якому випадку кожний представник ділової дискурсивної спільноти володіє певною системою знань, що

віддзеркалює щонайменше такі когнітивні складники як інформаційний запас і водночас його ментальний тезаурус [7, 67]. У ментальному тезаурусі представників ділової дискурсивної спільноти наявне спільне значення про плинність і швидкість отримання готівкових коштів, достатнє для адекватного декодування інформації, яка передається завдяки концептам ділового дискурсу.

У випадках подібних професійних ситуацій метафоризація значення “плинний, рідкий” призводить до утворення узагальненої концептуальної структури в європейських мовах. Пор.: **літ.** *vaduoti* – “погасити борг”, **лат.** *ab-solvere* – “погасити, букв. розчинити борг”, **рос.** *ликвидировать* (букв. розчинити в рідині) [17, 41]. Незважаючи на гетерогенність ділової дискурсивної спільноти комунікативний модус кожного її представника активується на тлі загального для користувачів мови ділової комунікації фонового знання, не зважаючи на особливості власномовного епістемічного світу суб’єкта. Саме тому цілком закономірним є укорінення значення “щезнути у воді, розчинитися у воді, розчинити борг” не лише в англійській, але й в інших мовах.

Комплексний знак увібрав у себе мудрість багатьох поколінь, а внаслідок схематизації як особливого випадку абстрагування сформувалась когнітивна послідовність “розчинити – плинний – швидкозворотний”, відтворена в ієрархічній організації концептосистеми ділового дискурсу. На відміну від концепту LIQUID ASSETS, сформованого внаслідок переосмислення концептуальної метафори, розвиток значення одиниці “розрахуватися з боргами” пов’язаний із буквальними значеннями. Порівняльний ряд значення “борг” містить: **лат.** *debere* – “заборгувати, бути боржником”, *debitum* – “борг” [14, 52]. У процесі абстрагування рамки соціальних та жанрових конвенцій ДД відсікають ті аспекти конкретних вживань, що не повторюються в інших ситуаціях, а саме **кельт.** *dobur* – “вода”, **да.** *log* – “вода”, **дс.** *logr* – “вода, рідина”, **да.** *lasi* – “струмок, річка”, *lagu* – “море, вода” [14, 53]. Метафоризація значення призводить до появи та активного функціонування термінологічної одиниці на позначення швидкозворотних коштів, призначених для ліквідації короткострокового кредиту/боргу, у той час як нерелевантні конотації виходять поза дискурсивні рамки ділового спілкування.

Основна фоновіа інформація залишається зафіксованою в пам’яті представників ділової дискурсивної спільноти, у ділових текстах минулого і теперішнього, навіть якщо час усуває з життя комунікантів ті чи інші професійні реалії та факти, а також знання про них. Розбудова фінансово-кредитних відносин позначилась не лише зростанням кількості представників ділової дискурсивної спільноти, а й поширенням фонових знань для формування епістемічного світу мовця. Використовуючи готові одиниці мовного тезаурусу, сьогодні навряд чи хтось із комунікантів при обговоренні фінансових подробиць угоди пригадає, чому, власне, подія “розрахунок” пов’язана зі значенням “вода”, що свідчить про ліквідацію боргу.

Так, у (3) *When I get my pay cheque I'll be solvent again* [16, 942] закріплені стереотипи відбиття дійсності, типові для комерційного спілкування. Завдяки сукупності когнітивних структур, що стоїть за *solvent*, концепт розпізнається комунікантами згідно ситуаціям спілкування та викликає на тлі фонового знання очікувані автором комунікативні реакції, активуючи моделі мовленнєвої поведінки, сформовані в епістемічному світі мовців ділової дискурсивної спільноти. Пор.: (4) *Having enough to pay all money owed; not in debt*; (5) *Liquid – able to turn a solid substance into liquid* [16, 942]. Саме тому цілком логічно співвіднести у (4, 5) значення *solvent* (“платоспроможний”) у діловому дискурсі на відміну від значень “рідкий (від рідини), розчинювач” в інших типах дискурсів. Пор.: (6) *Alcohol and petrol are useful solvents for grease stains that will not come off*

in water [16, 942].

Мовні одиниці *solvent*, *liquid assets* разом із дериватами репрезентують семантичне поле реалізації значення, в якому імпліцитно відображено культуру минулого. Її смисловий компонент закладено реаліями фінансово-комерційної практики давніх часів та віддаленими у просторі подіями, проте акумульоване мовним знаком значення переміщене з минулого часового виміру в інший та зафіксовано в сучасному епістемічному світі комунікантів.

Засоби вербалізації гіперконцепту ASSETS проходять свій шлях випробування у різних соціальних групах, залучених до мовленнєвого простору ДД. Сучасний дискурс переговорів між американським інвестором та канадською фабрикою з виробництва меблів містить: (7) *What we are really looking for is solvency – a solvent company can offer us more – more commitment, more motivation and better service*; (8) *It gives you a strong incentive to exceed your targeted liquids*. Завдяки епістемологічним процесам накопичення, переробки та використання інформації, реалізованим термінами *solvency*, *solvent company* разом із більш експресивною одиницею *liquids*, поповнюється основний семантичний “інвентар” усного ділового дискурсу.

Наші спостереження над мовним матеріалом показують, що динаміка змін властива й такій консервативній формі ДД як писемна. Вивчення в рамках нашого дослідження англomовних бухгалтерських звітів свідчить про те, що (9) *claims on assets – the amount of debt that must be paid* [20, 40] поступило своє місце в більш стислому (10) *liabilities – legal obligation to provide resources to another as the consequence of a past events* [20, 139] протягом 70-х років ХХ сторіччя. Перехід до спрощеної нової системи обліку фінансових операцій та обліку міжнародних торговельних угод, що відбувався в цей час, позначився як заміна мовленнєвої одиниці (9) на (10). Сьогодні LIABILITIES як протилежний за значенням гіперконцептові ASSETS стає сигналом для орієнтування в фінансовій спроможності ділового партнера, відображуючи дебіторські відносини, які легко перевірити.

Проведений нами аналіз комерційної документації дає підстави відзначити більш інтенсивне вживання LIABILITIES, зафіксованого словниками на початку 80-х років минулого сторіччя як спеціального терміну на позначення пасивів бухгалтерського балансу. Маркуючи перехід до більш уніфікованого методу відображення інформації за допомогою цифрових та вербальних кодів така мовна одиниця використана для задоволення потреби людей у трансфері соціально вагомої інформації.

Наведені приклади (1–10) свідчать про здатність складників концептосистеми ділового дискурсу акумулювати значний обсяг професійно релевантної інформації. Вона постає за гіперконцептом ASSETS, у якому закріплені, “валоризовані” у термінах В. Б. Бурбело [2, 82], імпліцитні компоненти знання та культури минулого. Оскільки звернення до етимологічних словників [14, 17, 20] підтверджує наше припущення про наявність фонові інформації стосовно плинності боргових зобов’язань та швидкі розрахунки, підкреслимо, що мовно-історичне коріння гіперконцепту ASSETS вже не відтворюється при активації комунікативного модусу в мовленнєвому просторі сучасного ділового дискурсу.

Сфера ділової комунікації дозволяє говорити щонайменше про два види ділового дискурсу – усний (існує в акустичній сфері) та писемний (текстовий континуум офіційно-ділових паперів). Поняття писемного дискурсу корелює з поняттям офіційно-ділового і загальнонаукового стилів, а усна форма його реалізації – ще й з розмовним регістром кодифікованої літературної мови.

За способом накопичення й подання інформації концепт ASSETS є трансльованим,

оскільки у ньому відбивається результат планомірного руху від усного ділового спілкування до остаточно фіксованого офіційно-ділового тексту високого рівня стандартизації, інтегрованого в дискурсивний континуум ділової комунікації. Постійна динаміка когнітивних утворень, старого й нового знання співвідноситься із узагальненим знанням, тематично інтегрованим до антропо-центричного фрейму взаємних зобов'язань, стрижнем якого є гіперконцепт ASSETS.

Як лексично маркований образ ASSETS містить інформацію про коло фінансово-комерційної діяльності адресата, а його ієрархічна організація поєднує власне концепти і гіпоконцепти, що являють собою спадні способи подальшої деталізації гіперконцепту. Трансфер знання за допомогою вербального коду передбачає використання номінативних засобів вербалізації гіперконцепту ASSETS, за допомогою яких це знання акумулюється, накопичується й зберігається.

Когнітивно-дискурсивна специфіка гіперконцепту ASSETS відбиває “дискретну єдність” адресантно-адресатної конфігурації спілкування його творців і користувачів. Тим самим він є результатом кодування певного пропозиціонального змісту з чіткою орієнтацією на адекватне декодування. Ономазіологічне осягнення засобів репрезентації концепту ASSETS дозволяє кваліфікувати їх як такі, що створюються завдяки певним мотивам і прагманастановам ділового спілкування, тобто завдяки своїй специфічній телеології – прагненням певного кола комерційних партнерів вступити в ділові стосунки та закріпити їх.

Когнітивно-дискурсивна природа та прагмасемантична специфіка концепту ASSETS зумовлюють цілеспрямоване використання мовних ресурсів при його репрезентації. Зі всією очевидністю це простежується на шляхах і способах вибору лексико-семантичних і структурно-граматичних засобів його вербальної організації. Вибір варіантів визначається з огляду на лінгвальну та професійну приналежність мовця, на епістемічний світ якого накладено комунікативний модус спілкування.

Разом із експортом концептів з інших мов, носії яких були залучені до процесу ділової комунікації, власного потенціалу англійської мови було достатньо для формування й розвитку концептів ділової сфери спілкування. Така динамічність є однією з головних ознак, що вирізняє мовленнєвий універсум ділової комунікації та відображає його чуттєвість до змін, відкритість концептосистеми ділового дискурсу, мобільність, динамічність та простоту вживання тих мовних ресурсів, які її втілюють.

Пропонований погляд на когнітивно-дискурсивні засади творення та функціонування англійських концептів ділового спілкування визначає й деякі перспективні напрями досліджень. Оскільки в межах цього підходу залишається невирішеними чимало проблем, пов'язаних, зокрема, із когнітивно-семантичною організацією концептосистеми ділового дискурсу і з типологією її концептів, то дослідження останніх у межах когнітивно-дискурсивної парадигми знання є не тільки можливим, але й доцільним з точки зору розуміння ділових текстів і трансферу знання у діловому дискурсі на матеріалі не тільки германських, але й інших природних мов.

Використана література:

1. Белозьорова Ю.С. Когнітивно-дискурсивна концептуалізація часу в сучасній німецькій мові: Авт. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Запорізький нац. ун-т. – Запоріжжя, 2005. – 22 с.
2. Бурбело В.Б. Модель дискурсу в парадигмальному вимірі // Вісник КНУ ім. Т.Шевченка. Іноземна філологія. – К., 2004. – № 37/38. – С.81-85.
3. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. – М.: Школа “Языки русской культуры”, 1999. – 780 с.
4. Манакин В.Н. Сопоставительная лексикология. – К.: Знання, 2004. – 326 с.