

УДК 81'42:37:811.111

Penex H. B.

## РОЛЬ СЕМАНТИКИ ПОЧАТКУ ТА КІНЦЯ В РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІМІДЖУ УКРАЇНИ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ: КОГНІТИВНО-РИТОРИЧНИЙ АСПЕКТ

Статтю присвячено встановленню ролі номінативних засобів зі значенням початку й кінця в представленні міжнародного іміджу країни. Застосовуючи когнітивно-риторичну методичку аналізу, пропонуємо таксономічну класифікацію досліджуваних одиниць та визначаємо специфіку конструювання ними іміджу України з огляду на риторичні етапи текстотворення.

**Ключові слова:** семантика початку й кінця, медіадискурс, імідж країни, когнітивна риторика, риторичні етапи текстотворення, образ-схема.

**Penex H. B. Роль семантики начала и конца в репрезентации имиджа Украины в англоязычном медиадискурсе: когнитивно-риторический аспект. – Стаття.**

В статье определяется роль номинативных средств со значением начала и конца в создании международного имиджа страны. Используя методичку когнитивно-риторического анализа, предлагаем классификацию исследуемых единиц и определяем специфику конструирования ими имиджа Украины в соответствии с риторическими этапами текстотворения.

**Ключевые слова:** семантика начала и конца, медиадискурс, имидж страны, когнитивная риторика, риторические этапы построения текста, образ-схема.

**Repek N. V. Role of beginning and end semantics in representation of the image of Ukraine in English media discourse: cognitive and rhetorical aspect. – Article.**

The article deals with defining the role of beginning and end semantics in creation of a country image. Applying methods of cognitive and rhetoric analysis, the author classifies the units under investigation and specifies the peculiarities of representation of Ukraine's image by means of them in correlation with the stages of text formation.

**Key words:** semantics of beginning and end, media discourse, image of the country, cognitive rhetoric, rhetorical stages of text formation, image-schema.

Важливу роль у формуванні суспільної думки та уявлень людей про події у світі відіграють засоби масової інформації (далі – ЗМІ), результати діяльності яких представлено в медійному дискурсі. Спираючись на посередницьку роль ЗМІ, медіадискурс визначають як створену мовними й технічними засобами реальність [4, с. 20; 8, с. 12]. Відповідно, реальність, створена за посередництва ЗМІ, з одного боку, розширює межі пізнання, а з іншого – накладається на референтну реальність, конструюючи її медійний варіант [14, с. 190–192]. Саме автори повідомлень вирішують, яку подію та в якому ракурсі має бути представлено аудиторії. А фокусування уваги аудиторії на певних аспектах життя країни приводить до створення її міжнародного іміджу. *Імідж* визначають як певний образ, уявлення про суб'єкт, що цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою ЗМІ [3, с. 19]. Оскільки імідж є важливим фактором, що відіграє істотну роль в оцінці будь-якого соціального явища чи процесу [3, с. 19], створення певного образу країни є одним із завдань медіадискурсу завдяки апеляції до перцептивного досвіду й емоцій реципієнтів, що досягається, зокрема, за допомогою номінативних одиниць на позначення *початку* та *кінця*.

Семантика *початку* й *кінця* досліджувалась у руслі трьох підходів: системно-мовного, логіко-семантичного та когнітивно-риторичного. У системно-мовних розвідках проведено діахронічний аналіз англійських дієслів на позначення початку й кінця процесу [7, с. 14–23]. Логіко-

семантичний підхід зосередився на визначенні логічних передумов формування й диференціації семантики *початку* та *кінця* [1], зокрема, виявленні особливостей втілення досліджуваної семантики в російській та українській мовних картинах світу [6; 11]. У цьому руслі окрему увагу привертало втілення семантики *початку* й *кінця* в окремих різновидах дискурсу: художньому та ритуальному [2]. У ході когнітивно-риторичних студій встановлено сенсомоторні витoki семантики *початку* та *кінця*, які опосередковують вплив на читача за рахунок апеляції до його просторово-перцептивного, кінетичного й силового досвіду [9, с. 5–6]. У межах цього підходу основний акцент зроблено на визначенні статусу вказаної семантики як лінгвокогнітивного конструкту, який визначає осмислення зображуваних фрагментів дійсності через апеляцію до базового й суперординатного рівнів категоризації з огляду на риторичні етапи текстотворення [9, с. 5–6].

Саме когнітивно-риторичні розвідки окреслили коло наріжних питань, пов'язаних із потужним потенціалом лінгвальних засобів зі значенням *початку* та *кінця* конструювати різні аспекти дійсності, зокрема й міжнародний імідж країни з позиції адресанта. Обрана перспектива представлення подій, явищ і суб'єктів дозволяє формувати медійну реальність зі спиранням на семантику *початку* й *кінця*, що впливає на оцінку та інтерпретацію репрезентованого змісту реципієнтом. Оскільки аудиторія декодує отриману інформацію зі спиранням на індивідуальні ментальні структу-

ри й когнітивний досвід, дослідження семантики *початку* та *кінця* в аспекті її ролі в конструюванні іміджу країни вимагає звернення до когнітивно-риторичного підходу. Він спрямовується на встановлення зв'язку між когнітивною семантикою, що вивчає загальні процеси концептуалізації й вербалізації людиною дійсності [5, с. 53], та риторику як наукою про ефективну комунікацію й способи впливу на аудиторію [10, с. 8], що пов'язує згадані здібності з конкретними ситуаціями [15, с. 446].

Спрямованість сучасних когнітивно-риторичних студій на вивчення взаємодії мови з ментальними структурами різного ступеня узагальнення з метою виявлення принципів відтворення реальності для здійснення впливу на аудиторію зумовлює актуальність публікації.

Метою статті є визначення ролі семантики *початку* та *кінця* у формуванні міжнародного іміджу країни, що передбачає виконання таких завдань: виокремлення номінативних одиниць зі значенням *початку* й *кінця*, які репрезентують образ України; окреслення сенсомоторних витоків формування досліджуваної семантики та аналіз їх втілення в значенні розглядуваних одиниць; пояснення впливу семантики *початку* й *кінця* на читачів за аналогією до безпосередньої взаємодії людини з навколишнім середовищем; характеристика зміни в представленні іміджу країни залежно від аранжування аналізованих одиниць у різних блоках статей (заголовному комплексі, вступі, блоці головної події, висновках).

Об'єктом дослідження є номінативні засоби із семантикою *початку* й *кінця*, використані для репрезентації образу України, а предметом – когнітивно-риторичний аспект їхнього втілення в медіадискурсі.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній уперше застосовано когнітивно-риторичний підхід до вивчення ролі вербальних засобів зі значенням *початку* й *кінця* в репрезентації міжнародного іміджу країни на матеріалі газетних і журнальних статей, дібраних з англійських часописів новин «The Economist» і «The New York Times» за січень 2015 р.

Для з'ясування специфіки створення міжнародного іміджу України засобами на позначення *початку* й *кінця* в англійському медіадискурсі пропонуємо методіку когнітивно-риторичного аналізу, яка складається з трьох етапів.

На першому етапі – **таксономічному** – у статтях про події в Україні, безпосередньо про саму країну виокремлюємо лексичні одиниці на позначення *початку* й *кінця* та розподіляємо їх у групи за сферами життя країни, які вони репрезентують (суспільну, політичну чи соціально-економічну). Зокрема, за допомогою компонентного аналізу визначаємо семантичну структуру засобів верба-

лізації *початку* й *кінця*, що дозволяє встановити сенсомоторні витoki їхньої семантики та таким чином використати образ-схеми як концептуальні конструкти перцептивного походження для визначення тематичної приналежності аналізованих одиниць до просторово-перцептивної, кінетичної чи силової групи.

Другий етап – **аналітичний** – спрямовується на розподіл виокремлених одиниць між групами узагальнювальних і базових засобів експлікації семантики *початку* й *кінця* та співвіднесення їх із риторичними етапами побудови тексту (інвенцією, диспозицією, елокуцією) з метою розкриття авторського задуму.

На третьому етапі – **етані конструювання** – за допомогою методу концептуального аналізу визначаємо перцептивну сферу досвіду, осмисленого в термінах *початок* і *кінець*, що дозволяє встановити специфіку конструювання міжнародного іміджу України номінативними засобами експлікації семантики *початку* й *кінця*.

На **першому етапі когнітивно-риторичного аналізу** виокремлюємо мовні засоби, які виражають *початок* і *кінець*, та групуємо їх за сферами життя країни, які вони репрезентують: 1) одиниці, що подають зміни в суспільстві України: *beginning, destroy, move from (opposition) to (nation building), new (Ukraine, government), old (Ukraine, government), rethink, transformation, reform, rewire, shift, etc.*; 2) засоби експлікації соціально-економічного становища країни: *bleed, dry, collapse, default, eat up, on the edge, lead to bankruptcy, lose, loss of Ukraine, sap, shrink*; 3) лексичні одиниці, що репрезентують політичне життя в Україні: *begin, (the war) drag on, explode anew, fail, lose (negotiations are losing its meaning), loss, vanish, electrify, precipitate*.

Далі в значенні досліджуваних одиниць виокремлюємо ключові семи, на основі яких визначаємо сенсомоторні витoki формування в них значення *початку* й *кінця*, що дозволяє співвіднести їх з образ-схемами певної тематичної групи (просторово-перцептивної, кінетичної та силової). Виокремлення цих блоків образ-схем ґрунтується на сенсомоторних чинниках творення семантики *початку* й *кінця*, заснованих на особливостях будови та властивостях тіла людини у взаємодії з руховою діяльністю [13, с. 17], на взаємодії людини зі світом, заснованій на застосуванні сили [17, с. 409–410]. Відповідно, ми говоримо про просторово-перцептивну, кінетичну й силову образ-схемні основи семантики *початку* та *кінця*. У засобів **просторово-перцептивної** групи значення *початку* й *кінця* спирається на відношення БЛИЗЬКО – ДАЛЕКО (NEAR – FAR), які відображають відстань між спостерігачем та об'єктами концептуалізації, наприклад: *on the edge, dry, shrink* тощо. Одиниці *default, lead to bankruptcy,*

*collapse, shift, transformation* відносимо до **кінетичної групи**, у них значення *початку* й *кінця* співвідносяться з образ-схемами ШЛЯХ (PATH), ВЕРТИКАЛЬ (VERTICALITY), ЦИКЛ (CYCLE), ПОВТОРЕННЯ (ITERATION), які відбивають специфіку різних видів руху. Одиниці **силової семантики** – *bleed, destroy, dry, eat up, lose, loss, ruin, sap* тощо – вказують на силу як *початок* у сенсі джерела, причини змін, а її усунення – як *кінець*, наслідок цих змін, залучаючи силові образ-схеми ПРИМУШЕННЯ (COMPULSION), УСУНЕННЯ ПЕРЕШКОДИ (RESTRAINT REMOVAL).

Виокремлені образ-схеми формалізують перцептивний досвід мовної особистості [12, с. 29], що дозволяє розглядати їх як базові концептуальні структури репрезентації *початку* й *кінця* в значенні номінативних засобів, які, відповідно, використовуються для конструювання іміджу країни на різних рівнях узагальнення.

На **другому етапі когнітивно-риторичного аналізу** визначаємо, що лише іменник *beginning* є узагальнювальним засобом вираження досліджуваної семантики, тобто сформованим на найвищому, суперординатному рівні категоризації [16, с. 93–97], і спрямованим на безпосередню експлікацію ідеї *початку* певних процесів в Україні. Решту виокремлених засобів зараховуємо до базових номінативних одиниць, значення *початку* й *кінця* яких сформувалось на основі метафоричного осмислення перцептивного досвіду на базовому рівні категоризації [9, с. 7–10]. Далі аналізуємо групування досліджуваних номінативних одиниць у різних композиційних блоках статей, кожен із яких пов'язуємо з риторичними етапами текстотворення. Так, **інвенція**, тобто тематичний рівень, пов'язаний з авторським задумом, реалізується в заголовному комплексі, тобто безпосередньо в заголовку та вступному абзаці. **Диспозиція** як структурний рівень риторичної схеми передбачає композиційне оформлення тексту, а тому пов'язується з розташуванням аналізованих одиниць у різних інформаційних блоках медіатексту (інтродуктивному абзаці, блоках головної й фоновій подій та заключному абзаці). **Елокуція** – риторичний рівень, пов'язаний зі словесним оформленням повідомлення з метою впливу на реципієнтів. Зазначені риторичні етапи текстотворення складають основу дослідження формування іміджу країни засобами експлікації *початку* й *кінця* та пов'язуються з когнітивними процесами підготовки медіатекстів [9, с. 7].

Вживання лише базових одиниць із семантикою *початку* й *кінця* (*on the edge, default, the new Ukraine, explode anew*) у заголовних комплексах статей про Україну пов'язуємо з наміром авторів на етапі інвенції не просто конструювати імідж країни, а вплинути на читачів за рахунок апелювання до їхнього перцептивного досвіду, викликаю-

чи асоційовані негативні чи позитивні емоції та змушуючи таким чином радіти чи переживати за долю України. Залучення переважно базових засобів експлікації *початку* й *кінця* для репрезентації іміджу України в усіх інших композиційних блоках статті (інтродуктивному абзаці, блоках головної й фоновій подій та заключному абзаці) пов'язуємо з етапом елокуції. На нашу думку, він спрямовується не стільки на словесну орнаментацию, скільки на формування імпікованих метафоричних смислів у зв'язку з осмисленням нової ролі країни на міжнародній арені.

На **третьому етапі когнітивно-риторичного аналізу** з'ясуємо специфіку формування іміджу України на шпальтах англomовної преси за рахунок закарбованих у семантиці досліджуваних одиниць додаткових смислів, пов'язаних з апеляцією до сенсомоторного досвіду людей. Зазначене здійснюється через концептуальну метафору, яка є підґрунтям концептуалізації в термінах *початку* й *кінця* ідей вдачі та невдачі, позитивного й негативного. Багатогранність досвідних ситуацій, пов'язаних з осмисленням *початку* й *кінця*, дозволяє використовувати концептуальні метафори для впливу завдяки категоріальному зсуву між первинними та вторинними значеннями засобів вербалізації семантики *початку* й *кінця*.

Так, для формування уявлення про економічну ситуацію в Україні в заголовку статті вживається іменник *edge*, семантика якого засновується на ідеї «межі»: *Ukraine's economy. On the edge* («The Economist», 2015, 17 January). У наївній картині світу англomовної спільноти *межа* розуміється як *кінець* старого та *початок* чогось нового, що зафіксовано в значенні одиниці семою «*the level at which something different starts to happen*» [18, с. 500]. Проте іменник *edge* імпікує *початок* чогось поганого, на що в його значенні вказують семи «*something bad will happen*», «*a bad situation*» [18, с. 500]. Тобто в наведеному заголовку зазначена одиниця вказує на межу як *початок* краху економіки країни.

Межова ситуація в Україні яскраво конструюється епітетом-антитезою *a do-or-die situation*, наприклад: *People understand that this is a do-or-die situation – that they may simply not exist any more* («The New York Times», 2015, 4 January). Висловлена ідея підкріплюється одиницями, вжитими в першому реченні заголовного комплексу, вступному абзаці статті та висновках (*default, lose, collapse, fall*). Саме іменник *default* є ключовим у формуванні економічного іміджу України, оскільки він вживається в тексті чотири рази: у заголовному комплексі, у вступі, у блоці головної події та в завершальному абзаці. Зазначена номінативна одиниця імпікує негативну оцінку результату роботи, на що вказує сема «*failure*» [18, с. 502], яка апелює до досвіду, пов'язаного з наслідками банкрутства й

дефолту, які призводять до припинення існування компаній і навіть країн. Так, в англійській пресі Україна представлена як банкрут (*a broken country; the country is likely to suffer an economic meltdown* («The New York Times», 2015, 4 January)), а єдиним джерелом спасіння є Захід (*Without a lot more Western help, Ukraine faces default; the chances of a Ukrainian default "exceedingly high"; Default would sap domestic confidence in Ukraine's leadership* («The Economist», 2015, 17 January)). Іменник *collapse*, вжитий у передостанньому реченні заключного абзацу, підсилює негативний економічний імідж України, імплікуючи нещасливе, часто раптове завершення ситуації, позначеної ключовою семою «*a sudden failure*» [18, с. 292]. Відповідно, вона конструює кінець економічної стабільності в країні, залучаючи концептуальну метафору КІНЕЦЬ – ЦЕ НЕВДАЧА / КРАХ. Наприклад: *A Ukrainian collapse would prove Mr Putin's contention that Western promises mean little and that change in the post-Soviet world leads only to pain* («The Economist», 2015, 17 January).

Причини краху економіки України репрезентуються одиницями *shrink, bleed somebody dry, eat up*, у яких семантику *кінця* сформовано внаслідок концептуалізації природних і фізичних явищ зсідання, знекровлення та з'їдання. Дієслово *shrink* подає зменшення ВВП на основі просторово-перцептивних образ-схем БЛИЗЬКО – ДАЛЕКО, які відбивають специфіку візуального освоєння світу з огляду на відстань між спостерігачем та об'єктами концептуалізації. Ключова сема «*smaller*» значення дієслів *shrink* (become smaller, or make something smaller through the effects of heat or water [18, с. 1527]) актуалізує ДАЛЕКО. Очевидно, що у віддаленій перспективі обрис об'єкта спостереження стають нечіткими, змарнілими, він здається маленького розміру. Наприклад, у реченні *GDP is still shrinking* («The Economist», 2015, 29 January) одиниця *shrink*, вжита у формі Present Progressive, вказує на тривале зменшення ВВП країни, а отже, співвідносить зростання економіки держави з далекою перспективою. Дієслово *bleed*, зміст якого інтенсифіковано прикметником *dry*, конструює крах економіки України в термінах абсолютного ЗНЕКРОВЛЕННЯ, що призводить до фізичного виснаження або навіть загибелі країни. Наприклад: *Gas payments, defence and support for the hryvnya, which lost half its value in 2014, have bled the government dry* («The Economist», 2015, 17 January). У наведеному прикладі фраза *bleed somebody dry* апелює до перцептивного досвіду читачів, пов'язаного з втратою крові, що веде до смерті суб'єкта, створює ефект неконтрольованості й незворотності ситуації, тобто крах економіки України репрезентується як непоправний процес. А дієслово *eat up* акцентує увагу на війні як джерелі знекровлення економіки держави: *The war in*

*the east eats up \$10m a day, according to Ukraine's president, Petro Poroshenko* («The Economist», 2015, 17 January).

Суспільно-політичний аспект іміджу України сконструйовано номінативними одиницями на позначення **повторюваного початку дій**, у яких префікс *re-* активує ПОВТОРЕННЯ (*a rethinking of its national identity, rewiring*), **змін** (*to steer a reform, shift, transforming*), **якісно-темпоральними** ад'єктивами *new* та *old* (*new generation, new government, old guard*) та дієсловами **силової семантики** *electrify, precipitate* тощо.

Суспільно-політичний образ держави конструюється як результат минулорічних масових протестів і тривалої війни на Сході України, що призвели до переосмислення українцями своєї національної ідентичності. Наприклад: *A mass protest movement toppled Ukraine's government last February, precipitating some of the most momentous events of Ukraine's post-Soviet life: a rethinking of its national identity* («The New York Times», 2015, 4 January). У наведеному прикладі одиниця *precipitate* репрезентує *початок* змін в Україні як наслідок ПРИМУШЕННЯ, що активується семою «*make something serious happen*» [18, с. 1514], а одиниця *rethinking* репрезентує ідею повторного *початку*, тобто імплікує відродження самоідентичності українців після її зникнення. Дієслово *electrify* репрезентує появу нової генерації уряду в термінах ПРИМУШЕННЯ, що активується в значенні наведеного слова семою «*make*» [18, с. 506], наприклад: *It (the war) electrified a new generation of activists* («The New York Times», 2015, 4 January). У наведеному прикладі аналізоване дієслово конструює появу нового уряду, апелюючи до перцептивного досвіду, пов'язаного з ударом струмом, що діє як шокова терапія. Розпочаті зміни в суспільстві вербалізовані одиницями *a reform, shift, transforming*, у семантиці яких ключові семи «*completely change*», «*change*», «*in order to improve*» [18, с. 1378, 1514, 1766] вказують на поступовий початок змін на краще. Наприклад: *There has been a shift in the mentality; helping to steer reform in Ukraine; They said they want to save their country by transforming it into something it has never been: honest* («The New York Times», 2015, 4 January).

Ідея оновлення країни, представлена ад'єктивом *new*, що виражає *початок* нової України співвідносно з моментом спостереження, який збігається із часом публікації (*a new generation of activists, who are the moral conscience of the new government* («The New York Times», 2015, 4 January)), подається в протиставленні з ад'єктивом *old*. Останній характеризує явища, які виникли досить давно та є неактуальними на сьогодні, що активовано в його значенні семами «*before*» та «*former*» [18, с. 1143], наприклад: *Ukraine's old guard still*

*forms the flesh and bones of the bureaucracy* («The New York Times», 2015, 4 January). Проте в наведеному прикладі одиниця *still* співвідносить існування старого уряду з нагальним моментом, подаючи його таким чином як джерело ПЕРЕШКОДИ для змін в Україні.

Отже, імідж України на міжнародній арені конструюється номінативними засобами зі значенням *початку* й *кінця*, що належать переважно до базового рівня категоризації, на якому досліджувані лексеми апелюють до перцептивного досвіду читачів, викликаючи відповідні асоціації. В англomовному медіадискурсі образ України репрезентується на контрасті. Так, економічне «обличчя» країни подається одиницями на позначення *кінця*, що осмислюється в термінах межі, краху, падіння,

втрати, зменшення в розмірах та обезкровлення. Суспільно-політичний образ України репрезентується як *початок* змін, концептуалізований як оновлення ідентичності нації, зміни в менталітеті й керуванні державою загалом. Вживання досліджуваних одиниць у найсильніших позиціях тексту (заголовному комплексі, вступному абзаці та висновках) свідчить про формування іміджу країни не лише у зв'язку з авторським задумом на етапі інвенції, а й у зв'язку з впливом на аудиторію на етапі елокуції.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо в зіставленні специфіки формування міжнародного іміджу країн номінативними засобами на позначення *початку* та *кінця* в англomовному й українomовному медійних дискурсах.

### Література

1. Арутюнова Н.Д. Вступление. В целом о целом. Время и пространство в концептуализации действительности / Н.Д. Арутюнова // Логический анализ языка: семантика начала и конца. – М. : Индрик, 2002. – С. 3–18.
2. Арутюнова Н.Д. Всё про всё (по текстам Ф.М. Достоевского) / Н.Д. Арутюнова // Логический анализ языка: семантика начала и конца. – М. : Индрик, 2002. – С. 363–400.
3. Барна Н.В. Іміджологія : [навч. посібник для дистанц. навч.] / Н.В. Барна. – К. : Університет «Україна», 2008. – 217 с.
4. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г. Добросклонская. – М. : Флинта, 2008. – 263 с.
5. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина. – М. : Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, 1996. – 245 с.
6. Мечковская Н.Б. Концепты «начало» и «конец»: тождество, антонимия, асимметричность / Н.Б. Мечковская // Логический анализ языка: семантика начала и конца. – М. : Индрик, 2002. – С. 109–120.
7. Мошанова Т.Л. История развития групп глаголов, обозначающих начало и конец процесса, в английском языке : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 / Т.Л. Мошанова ; Московский гос. пед. ун-т. – М., 1969. – 25 с.
8. Потапенко С.І. Сучасний англomовний медіадискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти : [монографія] / С.І. Потапенко. – Ніжин : Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2009. – 391 с.
9. Репех Н.В. Лінгвальне втілення семантики ПОЧАТКУ і КІНЦЯ в англomовному журнальному дискурсі : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 / Н.В. Репех ; Одеський нац. ун-т ім. І.І. Мечникова. – О., 2013. – 20 с.
10. Хазагеров Г.Г. Риторика / Г.Г. Хазагеров, И.Б. Лобанов. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. – 384 с.
11. Яковенко Л.І. Українські фразеологізми із семантикою появи, наявності та зникнення як виразники категорії Буття / Л.І. Яковенко // Вісник Львівського університету. Серія «Філологія». – 2004. – Ч. 1. – № 34. – С. 251–256.
12. Johnson M. The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason / M. Johnson. – Chicago; London : The University of Chicago Press, 1987. – 233 p.
13. Lakoff G. Philosophy in the Flesh. The Embodied Mind and its Challenge to Western Thought / G. Lakoff, M. Johnson. – New York : Basic Books, 1999. – 624 p.
14. McDonald D. Twentieth-century media effects research / D. McDonald // The Sage Handbook of Media Studies. – London : Sage Publication, 2004. – P. 183–200.
15. Oakley T. Force-dynamic dimensions of rhetorical effect / T. Oakley // From Perception to Meaning: Image Schemas in Cognitive Linguistics. – New York : Mouton de Gruyter, 2005. – P. 444–473.
16. Rosch E. Principles of categorisation / E. Rosch // Fuzzy Grammar. – New York : Oxford University Press, 2004. – P. 91–108.
17. Talmy L. Towards a Cognitive Semantics / L. Talmy. – Cambridge : The MIT Press, 2000. – Vol. 1 : Concept Structuring Systems. – 565 p.
18. Longman Dictionary of Contemporary English. – Harlow : Longman, 2005. – 1950 p.