

ЛІТЕРАТУРА

1. Єлісова М. О. Універсальний символ «світове дерево» та його мовно-образні парадигми в художніх текстах Бориса Пастернака : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.02 «Російська мова» / М. О. Єлісова. – К., 2006. – 20 с.
2. Слухай А. С. Образ Світового Дерева у давньоанглійській епічній поезії: семантика та еволюція / А. С. Слухай // Мовні і концептуальні картини світу. – К. : Вид.-полігр. центр «Київський університет», 2009. – Вип. 26. – С. 163–169.
3. Слухай Н. В. Світ сакрального слова Тараса Шевченка / Наталія Віталіївна Слухай. – К. : Агрармедіагруп, 2011. – 228 с.
4. Слухай Н. В. Роль міфу в організації сучасного масмедійного простору / Н. В. Слухай // Літературна мова у просторі національної культури. – К. : Вид.-полігр. центр «Київський університет», 2004. – С. 107–115.
5. Кассирер Э. Философия символических форм / Эрнст Кассирер [пер. с нем.]. – М. ; СПб. : Университетская книга, 2002. – Т. 2: Мифологическое мышление. – 280 с.
6. Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.
7. Остроушко О. А. Семантико-синтаксична структура текстів українських замовлянь : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Оксана Андріївна Остроушко. – Дніпропетровськ, 2002. – 201 с.
8. Ви, зорі-зориці... Українська народна магічна поезія: (Замовляння) / упоряд. М. Г. Василенко, Т. М. Шевчук ; передм. М. Г. Василенка. – К. : Молодь, 1991. – 336 с.
9. Українські замовляння / упоряд. Н. М. Москаленко ; автор передмови та коментаря М. О. Новикова. – К. : Дніпро, 1993. – 309 с.

УДК 81'373.612.2

Романюха М.В.
(Дніпродзержинськ, Київ)

МЕДІАЛЬНІ МЕТАФОРИЧНІ МОДЕЛІ ОБРАЗНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОНЦЕПТОСИСТЕМИ *ECONOMY* У МЕДІАДИСКУРСІ

*У статті розглянуто структуру та функціональність медіальних метафоричних моделей, що входять до складу метафоричного поля концептосистеми *ECONOMY*.*

Ключові слова: *метафора, метафорична модель, концептосистема *ECONOMY*, медіадикурс.*

*В статье рассмотрены структура и функциональность медиальных метафорических моделей, входящих в состав метафорического поля концептосистемы *ECONOMY*.*

Ключевые слова: *метафора, метафорическая модель, концептосистема *ECONOMY*, медиадикурс.*

© Романюха М.В., 2013

The article demonstrates the structure and functional scope of medial metaphoric models, comprising metaphorical field of the conceptual system ECONOMY.

Key words: *metaphor, metaphoric model, concept system ECONOMY, media discourse.*

Проблема метафоричної репрезентації знань у дискурсах виступає одним з актуальних напрямків сучасних мовознавчих досліджень у зв'язку з переорієнтацією уваги мовознавців на фігуру мовця, на особливості утворення, закріплення та продукування знання [2: 127]. Дослідження проведено на матеріалі текстів медіадискурсу – тематично зорієнтованої, соціокультурно-зумовленої когнітивно-мовленнєвої діяльності людей [11]. Тематика розглянутих текстів медіадискурсу сфокусована на поняттєвому просторі економіки, який іменується “концептосистема ECONOMY”. Вибір терміну “концептосистема” обумовлений принципом системності, незольованості знань, ієрархічності у складі концептосфери як упорядкованої сукупності концептів лінгвокультури. Концептосистема – це певний поняттєво обумовлений фрагмент концептосфери [4: 17; 5: 209]. Концептосистема ECONOMY утворюється концептуальними полями: MICROECONOMICS та MACROECONOMICS.

Метафорика економіки виступала об'єктом попередніх досліджень [3; 8; 10], але недостатнім виявилось дослідження метафоричних моделей економіки в аспекті системності. **Мета статті** – розкрити функціональність та структуру медіальних метафоричних моделей на позначення концептосистеми ECONOMY. Матеріал дослідження – це корпус метафоричних висловлювань загальною кількістю 3420 одиниць, відібраних шляхом суцільної вибірки з авторитетних англomовних видань Великобританії та США за 2006-2009рр.

Приймаючи положення про системність лексики, у тому числі образної, пропонуємо польову модель метафорики концептосистеми ECONOMY. Корпус метафоричних слововживань концептосистеми ECONOMY позначаємо терміном „метафоричне поле” [7: 115]. Аналіз числових підрахунків виявив, що метафоричне поле концептосистеми ECONOMY поділяється на ядерну, медіальну та периферійну зони, які утворені метафоричними моделями різного статусу:

Таблиця 1

Структура метафоричного поля концептосистеми ECONOMY

Метафоричні моделі за зонами	Кількість (одиниць)	Відсоток від загальної кількості
Метафоричні моделі ядерної зони		
ECONOMY IS WAR	615	18,0
ECONOMY IS A HUMAN BEING	548	16,0
ECONOMY IS A MECHANISM	533	15,6
ECONOMY IS A GAME	491	14,4
Метафоричні моделі медіальної зони		
ECONOMY IS ENVIRONMENT	295	8,6
ECONOMY IS FAUNA	280	8,1
ECONOMY IS A BUILDING	236	6,9
ECONOMY IS A SHIP	227	6,6

Метафоричні моделі периферійної зони		
ECONOMY IS SPIRITUAL WORLD	81	2,4
ECONOMY IS RECREATION	64	1,9
ECONOMY IS FLORA	50	1,5
Загальна кількість	3420	100

За умов широкої представленості метафоричної моделі мовними одиницями метафоричні проєкції можна представити як членування моделі на більш детальні складові, кожна з яких виконує свою функцію. Ці складові іменуються *простими метафоричними моделями* (далі ПММ) і вони утворюють *комплексну метафоричну модель* (далі КММ) [10: 83-84].

Медіальна зона (30,2%, 1038 одиниць) характеризується середньою частотністю порівняно з ядерними моделями та досить високою функціональністю. Перша **КММ ECONOMY IS ENVIRONMENT** є логічною складовою метафоричного поля економіки, адже погодні умови є природним оточенням людини. Ця модель є найбільш широко представленою у медіальній зоні (295 од., 8,6%) і має доволі детальну структуру:

Таблиця 2

Структура комплексної метафоричної моделі ECONOMY IS ENVIRONMENT

KMM	ECONOMY IS ENVIRONMENT			
<i>прості метафоричні моделі першого рівня (далі – ПММ₁)</i>	STATE OF ECONOMY IS WEATHER CONDITIONS		MONEY AS AN ECONOMIC PHENOMENON IS A LIQUID	ECONOMIC INTERRELATIONS ARE PHYSICAL FORCES
<i>прості метафоричні моделі другого рівня (далі – ПММ₂)</i>	APPROPRIATE STATE OF ECONOMY IS FAIR WEATHER	INAPPROPRIATE STATE OF ECONOMY IS ROUGH WEATHER	_____	_____

Перша ПММ₁ STATE OF ECONOMY IS WEATHER CONDITIONS відбиває характерну для економіки двоїстість – сприятливі умови діяльності чергуються з несприятливими. Це відбивається в антонімічному відношенні між двома складовими цієї ПММ₁ – ПММ₂ APPROPRIATE STATE OF ECONOMY IS FAIR WEATHER та ПММ₂ INAPPROPRIATE STATE OF ECONOMY IS ROUGH WEATHER. Перша з них групує поодинокі позитивно оцінні образи сонячного світла (*zenith, sunshine*).

Наступна ПММ₂ INAPPROPRIATE STATE OF ECONOMY IS ROUGH WEATHER специфікована для переосмислення спаду та кризи як етапів макроекономічного розви-

тку. В англомовній картині світу прийнято спиратися на уявлення про темряву як про несприятливу передумову розвитку економіки, тому частотними є метафори *gloom, nadir, darkness, eclipse* та метафоричні перифрази *bad weather; brutal climate: After a 15-year economic eclipse, a stream of good news is finally brightening the outlook for Japan* (Time, March 12, 2006) *The sun has been setting on the Japanese economy for the best part of 20 years.* (The Independent, February 26, 2009).

Світова економічна криза потребувала зусиль для осмислення нищівної сили та масштабності кризи. Серед номінацій кризи зафіксовано значний синонімічний ряд метафор – *storm, hurricane, whirlwind, tectonic shift, tsunami, fire (firestorm), conflagration, earthquake*, тоді як для позначення захисту від неї використовуються поодинокі оказіональні метафори. Приміром, для вираження поняття захищеності економіки Китаю від розповсюдження кризових явищ автор нижченаведеного фрагменту обрав розгорнуту метафору *raincoats: When the global financial storm began to gather a year ago, China appeared to be a nation that was well supplied with raincoats. ...The raincoats, it turns out, have holes in them. With the chances for a global recession increasing, it's becoming clear that not even the world's fastest-growing major economy can avoid a pronounced slowdown* (Time, October 13, 2008).

Розглянемо наступну ПММ₁ MONEY AS AN ECONOMIC PHENOMENON IS A LIQUID-Гроші – це цінності, які займають важливе місце в концептуальній картині світу представника англо-американської спільноти. Найбільшу групу метафор утворюють ті, що пов'язані з вільним рухом рідини, наприклад, *influx, inflow, to flush through, to flow, to leak*. Серед метафор, які характеризують керування людиною грошима, виділяється синонімічна пара дієслів *pour/ to pump*.

Узуальні метафори на позначення великої кількості грошей базуються на знаннях про потік рідини, наприклад, *flood of investment, deluge of cash, wave of loans, torrent of money*. За спостереженням В.Н. Вовк, найбільш розповсюдженим типом структурно-словесної організації поняття множини слугує структура N1 of N2 [1: 80] (де N – це іменник). Високою частотністю характеризуються дієслівні ідіоматичні вислови на позначення великої кількості грошової маси, наприклад, *to be awash in money* та *to be flush (with money): Moscow is flush with oil money* (Newsweek, May 7, 2008).

Остання ПММ₁ – ECONOMIC INTERRELATIONS ARE PHYSICAL FORCES. Модель фіксує схожість між економічною привабливістю та фізичним тяжінням. Особливо часто в текстах розглянутого періоду репрезентується економічна могутність Китаю: *It is now widely recognised that China's expanding economic weight is exerting a gravitational pull on countries in its neighbourhood, reshaping regional trade flows and institutions* (The Financial Times, April 26, 2006).

КММ ECONOMY IS FAUNA представлена 280 одиницями, що складає 8,1% від загального корпусу метафор. ЗМІ вимальовують картину світу, в якій володарюють закони джунглів: велика риба з'їдає дрібну, а великі компанії здобувають перемогу над маленькими [6: 4]. Метафори-зооморфізми використовуються в якості образної характеристики людини, ситуації, їм властивий високий оцінний потенціал у зв'язку з обізнаністю людей в сфері фауни. В рамках цієї моделі зафіксовано три ПММ:

Структура комплексної метафоричної моделі ECONOMY IS FAUNA

КММ	ECONOMY IS FAUNA		
ПММ	POWER OF AN ECONOMIC ENTITY IS THE SIZE OF AN ANIMAL	POWER OF AN ECONOMIC ENTITY IS AGGRESSION OF AN ANIMAL	ECONOMIC COMPETITION IS FORWARD MOTION

Перша ПММ POWER OF AN ECONOMIC ENTERPRISE IS THE SIZE OF AN ANIMAL, вочевидь, походить, від базової метафоричної моделі BIG IS IMPORTANT [9: 194], котра фіксує ототожнення ідеї значущості з великим розміром. Істотну частину слововживань складають номінації мешканців моря, зокрема риби (*big fish, minnow, small fry, elephant, behemoth*: *The merger wave generates its own nonsensical momentum, in which companies leapfrog over each other to avoid being left as a small fry in an industry of elephants* (BBC, June 15, 2007).

Наступна ПММ POWER OF AN ECONOMIC ENTITY IS AGGRESSION OF AN ANIMAL підкреслює агресивний характер взаємодії в економіці. В межах цієї моделі поширеними є іменникові метафори *beast* та *predator*, які приписують людині або підприємству властивості хижих тварин. Вживання узуального епітету *predatory* репрезентує процес ціноутворення як домінування хижої тварини на певній території: *There is no evidence of predatory pricing – whereby big retailers would slash prices to below cost price*. (The Guardian, October 31, 2007).

Економічна конкуренція між державами нерідко вимальовується завдяки образу агресивного двобою тварин. У нижченаведеному прикладі відчайдушність змагання зростаючих економік за інвестиції представлено метафорично-вмотивованим фразеологізмом *to fight tooth and nail*: *Whereas other emerging economies were fighting tooth and nail for direct investment, Russia was borrowing cheaply instead, he says* (The Economist, November 27, 2008).

Образ собаки є широко використовується в економічних текстах, адже є зрозумілим та показовим стосовно агресії. В цьому відношенні метафори, які позначають бій між собаками, виступають показовими прикладами та є закріпленими лексикографічно, наприклад, *dog-fight, top dog, dog-eat-dog*: *The Kyiv-based Rosynka plant ... has been the subject of media reports of a dog-fight between initial investors for control of the facility, which as early as last year was owned by the workforce* (BBC, February 21, 2007).

Виступаючи ланкою економічного процесу, людина також отримує образну характеристику. Надзвичайні зусилля, яких докладає людина, аби досягти успіху у професійній діяльності, репрезентуються через образи частин тіла тварини та їх роль у бою: *New regulator must be given the teeth to keep powerful retailers in check, farming chiefs say* (The Times, February 15, 2008).

Наступною ми розглянемо ПММ – ECONOMIC COMPETITION IS FORWARD MOTION. Змагання у бігу також є досить показовим для передачі агресивності конкуренції між країнами. У текстах розглянутого періоду широко обговорюється економічне зростання Індії та її виклик потужності Китаю: *The ranks of Indian pop-economists urging*

the tiger to roar at the dragon, or the tortoise to sprint past the hare, are matched by those dreaming of a new global entity – Chindia (The Times, August 13, 2007).

Ще одним напрямком економічного протистояння є Китай – США. США на сьогодні ризикують поступитися позицією лідера Китаю. У наступному заголовку ця загроза передана досить експресивно через призму перегонів, в яких Китай починає перемагати. Розповсюджена у медіадискурсі метафора *horse race* розкривається по-новому завдяки оригінальному фрагменту знань про перегони – камері фотофінішу, яка фіксує найменшу різницю в швидкості між конкурентами. Цей елемент знань сфери-джерела FAUNA представлений у заголовку обставиною *by a nose over*: ***In the Exporting Horse Race, It's China by a Nose Over the U.S.*** (New York Times, September 16, 2006).

KMM ECONOMY IS A BUILDING відображає економічні процеси за допомогою конструкційних образів. Ця модель стоїть на третьому місці серед моделей медіальної зони (236 одиниць, 6,9% від загальної кількості метафор). Релевантними ознаками концепту BUILDING, які структурують знання про економічну систему, є уявлення про процес зведення будови, її конструкційну міцність та руйнацію, що проявляється у таких складових:

Таблиця 4

Структура комплексної метафоричної моделі ECONOMY IS A BUILDING

KMM	ECONOMY IS A BUILDING		
PMM	CREATION OF ECONOMY IS ERECTION OF A BUILDING	STRENGTH OF ECONOMY IS STRENGTH OF A BUILDING	COLLAPSE OF ECONOMY IS DEMOLITION OF A BUILDING

Перша зазначена **PMM CREATION OF ECONOMY IS ERECTION OF A BUILDING** групує метафори, які несуть ідею створення нової економіки, підприємства завдяки загальному уявленню про процес зведення будівлі та її структури (*foundation, pillar, building block, architect*): *“We are offering salads because that is what people want to see,” says Mr Novak.... But the salads are not what the industry calls “business builders”* (The Economist, August 25, 2007); *Gordon Brown has been insisting for years that the rest of Europe should adopt his model, which ... has two main building blocks* (The Guardian, October 22, 2006).

Переосмислення нищівного ефекту економічної кризи нерідко реалізується завдяки новим, раніше невикористаним елементам знань про будівлі. В наведеному уривку евристичний потенціал природничої та конструкційної метафоричних моделей реалізований завдяки конвергенції їх мовних проявів. Причина зведення нової будівлі – пожежа – співвідноситься з **PMM INAPPROPRIATE STATE OF ECONOMY IS ROUGH WEATHER**: *Emergency liquidity funds might help douse the flames in the financial markets, but the discussion about what should be built in the smouldering remains has barely even begun* (The Observer, October 5, 2008).

Іншими релевантними елементами сфери-джерела BUILDING є конструкційна міцність та довговічність, вони дозволяють виділити **PMM STRENGTH OF ECONOMY IS STRENGTH OF A BUILDING**. Для цієї PMM характерний притаманний усій лексичній системі принцип закріплення у мові слів з негативними конотаціями – на слабкість та вразливість вказує ціла низка метафор, тоді як силу та довговічність висвітлюють одиничні

метафоричні вислови, приміром, виділений нижче: *...but it is possible that Brown's "new world order", if it means honest financial services, a genuine clampdown on tax havens and proper regulation of shadow banking ... will give us a global financial system built to last* (The Sunday Times, April 5, 2009).

Вразливість національної економіки або підприємства виражається здебільшого завдяки уявленням про крихкість головних елементів будівлі – фундаменту, стовпів та ін.: *A long period of unbroken expansion has disguised the fact that the foundations of the economy remain weak; manufacturing output in the UK, for example, has risen by a meagre 1% since 1996, the trade deficit has exploded, and productivity has been poor* (The Guardian, November 10, 2006); *And cracks have appeared in the industry's last remaining pillars of strength as it becomes clear that big losses are coming in consumer and corporate credit as well as mortgages* (The Economist, October 10, 2008).

Остання виокремлена **ПММ COLLAPSE OF ECONOMY IS DEMOLITION OF A BUILDING** сприяє переосмисленню банкрутства компанії або падіння економічного устрою шляхом порівняння з природним руйнуванням будівлі. Приміром, розпад Радянського Союзу та його наслідки продовжують переосмислюватися і зараз. У наступному прикладі залишки радянської інфраструктури репрезентовані метафорою *ashes: These young entrepreneurs and future oligarchs were given economic privileges that allowed them to build their business empires on the ashes of the already partially, and informally, privatised Soviet economic infrastructure* (The Times, September 15, 2006).

Широко обговорювана економічна криза репрезентується конструкційними метафорами досить часто. Наприклад, завдяки образу будинку, зруйнованого до фундаменту (*has rocked to its foundations*), актуалізується вразливість, хиткість економічної системи: *The crisis has rocked to its foundations Mr Brown's whole system for running the economy. His once proud construction is crumbling* (The Times, March 2, 2009); *The old system failed, and we're picking up the pieces* (Time, October 20, 2008).

Переосмислення вразливості економіки відбувається завдяки невикористаним раніше елементам сфери-джерела BUILDING. Приміром, оказіональна метафора *plumbing* у нижченаведеному прикладі апелює до знань про сантехнічні комунікації будівлі і розкриває значущість грошових потоків у фінансовій системі США та небажаність їх припинення: *The recession is deepening. The current credit crisis is not a temporary shock like the September 11th 2001 terrorist attacks, which briefly severed the financial system's internal plumbing* (The Economist, November 26, 2008).

Розглянемо останню **КММ ECONOMY IS A SHIP**. Вона займає останнє місце серед моделей медіальної зони (227 од., 6,6%). Структурування цієї моделі свідчить про її найнижчий функціональний потенціал серед моделей цієї зони

Таблиця 5
Структура комплексної метафоричної моделі ECONOMY IS A SHIP

<i>КММ</i>	ECONOMY IS A SHIP	
<i>ПММ</i>	ECONOMIC CHANGE IS SEAFARING	ECONOMIC REGULATION IS STEERING

Перша ПММ ECONOMIC CHANGE IS SEAFARING передає загальну ідею економічного лідерства (*flagship* та *supertanker*): *The company reported its quarterly figures as India's flagship IT industry, which had counted Wall Street's beleaguered banks as its most lucrative clients* (The Times, January 13, 2009); *All these things should slow the Chinese economy down. But as a supertanker, it's got so much momentum behind it* (The Times, January 26, 2006).

Рух морем передбачає певні погодні умови – супутній вітер або, навпаки, шторм. Евристичний потенціал цих метафор пов'язаний зі зрозумілістю людині атмосферних явищ. Зазначимо, що несприятливі погодні умови є більш актуальними для розглянутого періоду. Вочевидь, це пов'язано з кризовими явищами в сучасній економіці періоду 2007-2009 рр.: *In an economy now facing nothing but headwinds, declining oil prices may be about the only thing putting money directly back in consumers' pockets* (Time, October 14, 2008); *Europe's fastest-growing economies hit choppy waters* (The Economist, October 18, 2007).

Поодинокі оказіональні метафори, які вказують на надзвичайні погодні умови, також характеризують складне становище окремих підприємців під час кризи. Їхні втрапи відбиваються у медіадискурсі завдяки розгорнутому образу затоплення судна під час суворого шторму: *"It's always hard to beat the market no matter who you are," said Robert Hansen, senior associate dean at Dartmouth's Tuck School of Business. "But when the ocean waters get that rough, it is hard for any boat to avoid getting swamped."* (Time, Monday, November 3, 2008).

У ПММ ECONOMIC CHANGE IS SEAFARING виділяються переважно узуальні дієслівні метафори на позначення здатності корабля протистояти бурі, наприклад, *to ride the storm, to weather the storm, to sail through*: *The fact that India sailed through the Asian crisis of 199 has inspired confidence in the robustness of the country's post-1991 economic model* (The Times, December 2, 2006).

ПММ ECONOMIC REGULATION IS STEERING групує метафори, які сприяють переосмисленню керування підприємством або державного регулювання економіки. Зусилля урядовців та підприємців репрезентуються як керування судном, приміром, узуальними дієслівними метафорами *to right the ship, to take the helm*: *Attempting to right the financial ship, London, Berlin and now even Washington are buying up stakes in financial institutions* (Time, October 16, 2008).

Метафоричним моделям медіальної зони властива досить висока функціональність, що проявляється у їхній достатній структурованості. Метафорична модель ECONOMY IS ENVIRONMENT сприяє переосмисленню економічного зростання, кризи, плінності грошової маси, зовнішньоекономічних взаємовідносин та поняття інвестиційної привабливості.

В межах метафоричної моделі ECONOMY IS FAUNA висвітлюються принципи конкуренції як засадничого принципу ринкової економіки. Доволі фрагментарна метафорична модель ECONOMY IS A BUILDING функціонально призначена для переосмислення проблеми створення нової економіки, підприємства, вразливості національних економік, краху економічної системи і кризи та її негативного впливу. Метафорична модель ECONOMY IS A SHIP висвітлює прагнення до лідерства, потужність підприємства або

національної економіки, несприятливі умови ведення економічної діяльності, кризи та роль державного економічного регулювання. Оказіональні метафори у складі медіальних метафоричних моделей надають переосмислення актуальній для розглянутого періоду кризи та її державному регулюванню.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вовк В. Н. Языковая метафора в художественной речи: Природа вторичной номинации / Вера Николаевна Вовк. – К. : Наукова думка, 1986. – 142 с.
2. Кибрик А. А. Когнитивные исследования по дискурсу / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – М. : Наука, 1994. – № 5. – С. 126 – 139.
3. Колотнина Елена Владимировна. Метафорическое моделирование действительности в русском и английском экономическом англоязычном дискурсе : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20. / Колотнина Елена Владимировна. – Екатеринбург, 2001. – 242 с. – Бібліогр. : с. 225–242.
4. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика : [Уч. пособие] / Валентина Авраамовна Маслова. – Мн. : ТетраСистемс, 2004. – 256 с. – ISBN 985-470-165-4.
5. Приходько Анатолий Миколайович. Концепти та концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики : монографія / Приходько А.М. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332с. – ISBN 966-65-189-X.
6. Райс Ел. Маркетингові війни / Л. Райс, Дж. Траут / Пер. з англ. І. Коберник. – К. : Companion Group, 2006. – 256 с. – ISBN 978-966-96426-6-0.
7. Складарская Г. Н. Метафора в системе языка / Галина Николаевна Складарская; [отв. ред. Д.Н. Шмелев]. – СПб. : Наука. – 1993. – 151 с. – ISBN 5-02-028138-7.
8. Clancy John Joseph. The Invisible Powers. The Language of Business / John Clancy. – New York : Lexington Books, 1999. – 331 p. – ISBN 0-7391-0073-4.
9. Grady J. Metaphor / Joseph Grady // The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics / Ed. by Geeraerts D., Cuyckens H. – Oxford : Oxford University Press, 2007. – P. 188 – 213. – ISBN 13:97801951438782.
10. Kövesces Zoltan. Metaphor: a Practical Introduction / Zoltan Kövesces. – Oxford : Oxford University Press, 2002. – 285 p. – ISBN 0-19-514-510-0.
11. Van Dijk T. A. The Mass Media Today : Discourses of Domination or Diversity? / T. A. Van Dijk // Javnost. № 2(2). – Ljubljana : The Public, 1995. – P. 27 – 45.