

Для цитирования: Шевченко И.С. Концепты коммуникативного поведения в когнитивно-дискурсивной парадигме // Вестник МГПУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». – 2014, № 1(13). – С. 110–120.
Please cite as: Shevchenko, I.S. (2014). Koncepty kommunikativnogo povedenija v kognitivno-diskursivnoj paradigme [Concepts of communicative behavior in a cognitive-discursive paradigm]. <i>Vestnik MGPU, serija «Filologija. Teorija jazyka. Jazykovoje obrazovanie» – MGPU Messenger, Series «Philology. Theory of Linguistics. Linguistic Education», 1(13), 110-120 (in Russian)</i>

УДК УДК 811.111'42

КОНЦЕПТЫ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНОЙ ПАРАДИГМЕ

И.С. Шевченко (Харьков)

Шевченко И.С. Концепты коммуникативного поведения в когнитивно-дискурсивной парадигме. В статье рассмотрены лингвокультурные концепты коммуникативного поведения на примере концептов этики и выделены их разновидности: событийные и признаковые концепты-регулятивы. Первые – ментальные схемы определенных ситуаций, моделируемые в виде динамического фрейма – сценария и актуализированные в дискурсе речевым актом. Последние – признаковые концепты коммуникативного поведения характеризуют всю ситуацию, представлены как слот качества в модели соответствующего концепта и воплощаются в стратегиях / тактиках дискурса.

Ключевые слова: дискурс, признаковый концепт, событийный концепт, концепт коммуникативного поведения, регулятив, стереотип, стратегии, тактики.

Shevchenko I.S. Concepts of communicative behavior in cognitive-discursive paradigm. This article focuses on linguistic-cultural concepts of communicative behavior on the example of the concepts of ethics and highlights their varieties: concepts-events and attributive regulative concepts. The former are mental schemes of certain situations modelled as a dynamic frame – a script and verbalized in discourse by a speech act. The latter, attributive concepts of communicative behavior, characterize situation as a whole; they are schematically structured as a quality slot in the corresponding concept frame and verbalized by discourse strategies or tactics.

Keywords: discourse, attributive concept, concept-event, the concept of communicative behavior, regulative, stereotype, strategies, tactics.

Разнообразие современных лингвокогнитивных и коммуникативных теорий в сущности представляют собой уточнение и развитие ведущей функциональной

антропоцентрической парадигмы, которую отличает объяснительность и выход за пределы лингвистики, обращение к смежным дисциплинам. Результатом действия интегративных процессов в науке в целом, которые соответствуют экспансионистскому характеру лингвистики, является становление когнитивно-дискурсивной парадигмы. Когнитивно-дискурсивная парадигма знаний (термин Е.С. Кубряковой [6]) рассматривает дискурсивную деятельность на базе внутренних ментальных процессов, что восходит к предложенному в теории релевантности объединению исследований прагматики и когнитивной лингвистики в ходе поиска принципов и механизмов декодирования значений говорящего как вывода его интенций [25]. Толкование прагматики как системы ментальной обработки информации соответствует новому направлению – «когнитивной прагматике» [24]. Предлагаемый анализ поведенческого концепта базируется на постулатах когнитивной прагматики как «одной из субпарадигм прагмалингвистики, объединяющей в единое целое когнитивное и коммуникативное (прагматическое) начала функциональной мегапарадигмы. Когнитивная прагматика сфокусирована на ментальных операциях, связанных с передаваемыми в дискурсивных ситуациях смыслами: в ее предмете акцентировано порождение и толкование смыслов как ментальных / мыслительных феноменов в речевой деятельности субъектов. При этом о двух прагматиках – традиционной и когнитивной – можно говорить лишь в терминах предпочтения тех или иных параметров анализа. Иными словами, в зависимости от акцента исследователя формируются два перспективных исследовательских вектора – акциональный (коммуникативный) и интенциональный (когнитивный), соответствующие двум ипостасям единой науки – лингвистической прагматики» [21, с.7]. Сказанное определяет актуальность проблематики, затрагивающей в равной степени когнитивистику (концептологию) и коммуникативистику (дискурс), и выбор объектом изучения в данной статье концепты коммуникативного поведения, а предметом анализа – природу таких концептов и способы и средства их актуализации в дискурсе.

Предложенное И.А. Стерниным понятие **коммуникативного поведения** определяется как «совокупность норм и традиций общения определенных групп людей», а «национальное коммуникативное поведение» распространяется на определенную лингвокультурную общность [16, с. 8]. Национальная культура в ставшем классическим определении Э.С. Маркаряна – это «исторически выработанный способ деятельности» [9, с. 8–9]. В рамках деятельностного подхода к коммуникативному поведению и культуре последняя предстает как способ деятельности, система механизмов, благодаря которым стимулируется, программируется и реализуется активность людей в обществе [8, с. 155].

Стереотипное представление о правилах коммуникативного поведения в тех или иных ситуациях зависит от культуры (национальной, групповой) и изменяется вместе с культурой и эпохой. Вектор исследования концепта «от культуры → к индивидуальному сознанию» характерен для лингвокультурной концептологии (термин В.И. Карасика, Н.А. Красавского, Г.Г. Слышкина [3, с. 19]) – одного из подходов, оформившихся сегодня в рамках когнитивной лингвистики; объектом ее анализа служит т.н. культурный концепт – базовая единица культуры, ее концентрированное выражение. По выражению Г.Г. Слышкина, концепт призван «связать воедино научные изыскания в области культуры, сознания и языка, т.к. он принадлежит сознанию, детерминируется культурой и опредмечивается в языке» [13, с. 9]. Такая культурная заданность позволяет с определенной долей условности ограничить число концептов культуры ментальными представлениями, в которых культурная составляющая доминирует (БОГ, ДОБРО, ЗЛО, ГРЕХ, ЗАКОН, ПРАВДА, СОВЕСТЬ и т.д.) [15].

Все лингвокультурные концепты – многомерные образования – трактуются как единство трех обязательных когнитивных признаков: понятийного, образно-перцептивного, ценностного [3, с. 5; 13]. На сегодняшний день вопрос о конфигурации концепта (и, соответственно, важности отдельных его составляющих) еще не получил однозначного решения. Говоря о соотношении этих компонентов и их роли в модели концепта, следует подчеркнуть принципиальную многомерность лингвокультурного концепта, в котором, как в кубе, названные компоненты взаимно пересекаются, обеспечивается возможность дальнейшей детализации каждого из них. Подобно кубу Неккера, допускающему различные соотношения «фигуры» и «фона» в зависимости от имеющихся у субъекта представлений (выделенный предмет (фигура) становится объектом восприятия, а все, что его окружает, отходит к фону восприятия), лингвокультурный концепт демонстрирует различные конфигурации за счет разной степени выраженности названных компонентов в отдельных типах концептов: так, в «предметном» концепте (БОГ, ВЛАСТЬ) неразрывны понятийная и образная составляющие [11; 3, с. 78–81], в «признаковых» концептах типа ГРЕХ, ДОБРО – понятийная и ценностная [1; 22] и т.п. При этом понятийная составляющая всегда принадлежит видимой, фокусируемой грани куба, поскольку задает рациональную содержательную «основу» концепта, а появление в фокусе других составляющих зависит от конкретной этнокультуры и эпохи. Тем самым создаются различные конфигурации в зависимости от экстралингвистических особенностей конкретного лингвокультурного концепта.

Такое многообразие конфигураций концепта вряд ли можно объяснить, если исходить из его трактовки как жестко структурированного образования с тремя иерархически соотносимыми слоями, где ряд исследователей склонны выделять ядро (понятие), центр и периферию (перцептивно-образная и ценностная составляющие). Напротив, принцип нелинейности в понимании культурного концепта и его составляющих с одной стороны, объясняет природу концептов, с другой – дает возможность их классификации по различным критериям.

В частности, сегодня разработаны различные типологии лингвокультурных концептов: параметрические и непараметрические; регулятивные и нерегулятивные и т.п. [3, с.26-37]. Из множества классификаций концептов культуры наиболее релевантными для нашего анализа и непротиворечивыми представляются ряд типов (который может быть продолжен), выделенных по определенным параметрам:

- по отношению к языковым средствам вербализации – предметные, событийные, признаковые концепты;
- по психологическому параметру – сценарии, фреймы, гештальты и иные схемы;
- по сфере бытования – художественные и институциональные (политические, религиозные и пр.) [3, с. 25–26].

В последнее десятилетие классификации концептов культуры пополняются новыми типами и особый интерес представляет концепт поведенческого типа, исследования которого только начаты, что ставит задачи осмысления его конституциональных признаков, определения его разновидностей и места среди других концептов, выявления особенностей знакового воплощения. В научный обиход понятие **поведенческий концепт** вводится И.И. Чесноковым, который определяет его как «отраженную в сознании индивида модель поведения (деятельности)», описываемую «в терминах социального взаимодействия – с точки зрения мотива, цели, а также стратегий и тактик ее достижения». В лингвокультурном ракурсе поведенческий концепт рассматривается в совокупности «репрезентаций концепта в языковом сознании и форм его представления в коммуникативном поведении» или дискурсе, в котором акцентируется «осознанная целенаправленная знаковая деятельность, связанная с выражением исследуемого концепта в практике социального взаимодействия» [19].

Изучая эмоциональный поведенческий концепт МЕСТЬ на материале русского языка, И.И. Чесноков последовательно рассматривает 1) репрезентации концепта в языковом сознании и 2) формы его представления в коммуникативном поведении. Семантический анализ и обобщение данных о лексическом представлении концепта позволяет сделать вывод, что МЕСТЬ – «ментальное образование, состоящее из эмоционального фона (гнев,

ненависть, презрение, раздражение) и активирующихся на этом фоне скриптов, один из которых направляет агрессивную поведенческую реакцию индивида на источник фрустрации, а другой – на замещающий его объект» [19, с. 6]. По мнению И.И. Чеснокова, целью деятельности, предписываемой концептом МЕСТЬ, является преобразование коммуникативного пространства и установление границы, отделяющей свое (безопасное) от чужого (враждебного) пространства. Достижение цели обеспечивается стратегиями устрашения и перверсии (лат. *pervertere* – *губить, портить*), т.е. нанесения угрожающему объекту физического и / или морального вреда» [19, с. 6]. В частности, МЕСТЬ актуализируется в виде ритуализованных и косвенных виндиктивных высказываний (псевдоутешений, сарказма и т.п.), а также полиинтенциональных высказываний типа «*Мы еще встретимся*», иллюкуцию которых невозможно установить вне коммуникативного события. МЕСТЬ характеризует онтологическая двунаправленность – «1) устрашение, проклятье агрессора и 2) призыв к совместному противостоянию» [там же, с. 6]. В качестве примера МЕСТИ автор приводит письмо запорожцев турецкому султану: основная цель письма сводится к унижению султана и демонстрации превосходства над ним, что достигается за счет использования казаками дискурсивных стратегий устрашения своего адресата и проклятья, последняя воплощается в тактиках поругания, в частности, использовании инвектив, и злопожелания. Выводы профессора И.И. Чеснокова о воплощении концепта в дискурсе открывают возможности дальнейшей детализации поведенческих концептов.

Поведение в психологии — целеориентированная активность животного организма, служащая для осуществления контакта с окружающим миром [12]. В современной философии поведение понимается как способность человека к деятельности в материальной, интеллектуальной и социальной сферах жизни [17]. Социологи уточняют: поведение – это все то, что человек делает или не делает намеренно; это совокупность актов действия и бездействия, совершаемых человеком [5]. В этой связи ментальное представление об определенном событии, действии, которое соответствует речевому акту, справедливо считать **событийным концептом** (ср.: по И.И. Чеснокову, поведенческий концепт МЕСТЬ находит свое выражение в дискурсе, названным им «виндиктивным», чья структура предопределяется мотивом, целью, стратегиями и складывается из тактик угрозы, злопожелания, изгнания, поругания [19]). Эти тактики, в сущности, представляют собой соответствующие речевые акты: менасивы (*Вот я тебе..., Чтоб ты...,*), директивы (*Вон!*), экспрессивы (высказывания с бранной лексикой и т.п.). Напротив, трудно представить себе

актуализацию угрозы в виде бездействия или угрозы как контакта с миром, что заложено в природе поведения.

В нашей работе толкование поведенческого концепта и его разновидностей осуществляется на основании его характеристик: признаковости / событийности, регулятивности / нерегулятивности, моделируемости в виде фрейма / сценария / дискурсивной схемы, способа вербальной актуализации: лексической (слова) / дискурсивной (речевого акта/ стратегий и тактик дискурса/ мены ролей). Кроме того, с учетом влияния языковой формы лексемы – имени концепта на ментальное представление в когнитивистике отмечается тенденция в соответствии с ономаσιологическими категориями называть ментальные представления о предмете / сущности – *предметными* концептами, о вербальном и/или невербальном процессе / действии – *событийными* концептами и о характеристиках предметов и действий – *признаковыми*.

Для определения разновидностей поведенческих концептов важно подчеркнуть, что ментальные представления о действии не ограничиваются концептами – событиями, такими как МЕСТЬ, которые соответствуют ментальной схеме [НЕКТО ДЕЛАЕТ НЕЧТО], но включают также и представления о характере действия / состояния, то есть признаковые концепты типа ВЕЖЛИВОСТЬ / POLITENESS, СДЕРЖАННОСТЬ / RESERVE, ТОЛЕРАНТНОСТЬ / TOLERANCE, УКЛОНЧИВОСТЬ / HEDGING, ОПТИМИЗМ / OPTIMISM, которые можно представить фреймом [НЕКТО ДЕЛАЕТ НЕЧТО ТАК] (ср. профилирование процессов и атемпоральных отношений у Р. Ленекера). Эти и подобные концепты фиксируют доминантные черты английского коммуникативного поведения [16, с.36-44]: *polite behavior, reserved in speech, tolerant manner* etc. Этноспецифичные черты характера англичан уточняет Т.В. Ларина: «сдержанность, уравновешенность, тактичность, изысканная вежливость, изящество манер, внутреннее самоуважение, чувство собственного достоинства, приветливость, предупредительность, замкнутость, отчужденность, терпимость, невмешательство в чужие дела, снобизм» [7, с. 124].

Поведенческие концепты-события, как правило, ритуализованы и имеют выраженные вариативные свойства, трансформируясь от культуры к культуре. Так, один из наиболее заметных концептов в системе этики – БЛАГОДАРНОСТЬ имеет сходный понятийный и общий этимологический слои в христианских лингвокультурах Европы, но разные образные и ценностные характеристики, способы актуализации в дискурсе. По данным Библейской энциклопедии Брокгауза, благодарность, благодарить – одно из ключевых понятий христианства (*греч.* глагол *εὐχαριστέω* связан с важным библ. понятием *харис*, "милость", "благодать" (ср. хара, "радость"), а чувство благодарности – это настроение сердца,

возникающее из благодарности за конкретные дела (http://enc-dic.com/enc_bible/). Оно приводит человека еще ближе к Господу и открывает ему дверь к тайнам небесного мира (Пс 49:23).

Как всякий лингвокультурный концепт БЛАГОДАРНОСТЬ имеет имя – лексемы *благодарить* (-ность), *merci*, *danke*, *gracias*, *thank*, *hvala*, *podziękowania*, *подякувати* (*подяка*) и их синонимы. Этимология этих лексем в славянских языках, как отмечает В. Даль, во многом близка: зап., южн. укр. *(no)дя́ка* - то же, *дя́кувати* "благодарить". Через польск. *dzieńk* м., *dzieńka* ж. "благодарность", *dzieńkować* "благодарить" (с XIV в.) из ср.-в.-н. *dank* "благодарность" *danken* "благодарить".

В европейских языках этимология демонстрирует осязаемое влияние латыни: германские *thank* – Old English *þancian* "to give thanks," от Proto-Germanic **thankjan* (cf. Old Saxon *thancon*, Old Norse *þakka*, Danish *takke*, Old Frisian *thankia*, Middle Dutch, German *danken* "to thank"), от **thankoz* "thought, gratitude," от PIE root **tong-* "to think, feel." Деривативные лексемы к 1000 году получили значение "*good thoughts, gratitude*."

В романских языках лексема *gracia* восходит к концу 12в.: "*God's favor or help*," от Old French *grace* "pardon, divine grace, mercy; favor, thanks; elegance, virtue" (12 в.), из Lat. *gratia* "favor, esteem, regard; pleasing quality, good will, gratitude" (соответственно, Ital. *grazia*, Spanish *gracia*), от *gratus* "pleasing, agreeable," из PIE root **gwere-* "to favor" (cf. Sanskrit *grnati* "sings, praises, announces," Lithuanian *giriu* "to praise, celebrate," Avestan *gar-* "to praise").

В нехристианских обществах составляющие лингвокультурного концепта БЛАГОДАРНОСТЬ иные: в японской культуре ее ценностная характеристика настолько высока, что становится основанием для всей системы морали и нравственности японца [14].

Актуализация БЛАГОДАРНОСТИ в дискурсе осуществляется как соответствующими речевыми актами – экспрессивами, перформативами (*Позвольте выразить мою признательность за...; Specjalne podziękowania dla...*), так и отдельными тактиками – комплиментом и под., а также невербально (*Сделать что-н. в знак благодарности*), напр.: «*[Хозяин] проводил его до саней и на крыльце еще благодарил за оказанную честь*». (А.С. Пушкин, Арап Петра Великого). Важно, что в соответствующей этикетной ситуации в речевом акте экспрессиве данный концепт определяет его ведущую иллокутивную силу – выражение благодарности.

В отличие от событийного концепта **признаковый концепт коммуникативного поведения**, по нашим наблюдениям, обуславливает сопутствующие иллокуции речевого акта и доступен наблюдению в виде речевой стратегии / тактики, как правило, стратегии

вежливости. Примером первого служит официальное письмо, где СДЕРЖАННОСТЬ сопутствует выражению благодарности фирмы своему постоянному клиенту:

Dear Mr. Garner:

We appreciate that you sent your neighbor, Mr. Parker, to YARDMAN for our landscaping services. Thanks for being our loyal customer!

Последнее (воплощение концепта в виде стратегий / тактик дискурса) обусловлено тем, что когнитивные признаки поведенческого концепта связаны с одной из наиболее общих характеристик коммуникативного поведения – этической, которая дает представление о степени соответствия / несоответствия поведения нормам морали, в частности – речевого и неречевого этикета. Система этикета включает «обязательные для выполнения стереотипные правила поведения, в частности, речевого», это «система разрешений и запретов, организующих моральные нормы в целом» [18, с. 44–48]. Она выполняет функцию вежливости, что позволяет О.К. Мушаевой трактовать концепт коммуникативного поведения как «презентационный концепт – особый класс регулятивных лингвокультурных концептов, конститутивными признаками которого являются этические нормы демонстрации себя окружающим, состоящие в балансе между сохранением собственного лица и лица окружающих» [10].

Этическая доминанта в концепте коммуникативного поведения предполагает его стереотипность (по В.В. Красных, стереотипы поведения – фрагменты концептуальной картины мира, «штампы сознания», хранящие и «определенным образом предопределяющие стереотип поведения» [4, с. 233]) и осознанность, обязательность для всех членов определенной лингвокультурной общности. Стратегии вежливости базируются на поведенческом концепте ВЕЖЛИВОСТЬ / POLITENESS; будучи средствами актуализации норм этикета, они стереотипны и обязательны. Так, по нашим данным, в XVII – XX веках поведенческие концепты английского этикета СДЕРЖАННОСТЬ / RESERVE, ТОЛЕРАНТНОСТЬ / TOLERANCE, УКЛОНЧИВОСТЬ / HEDGING, КОММУНИКАТИВНЫЙ ОПТИМИЗМ / OPTIMISM и др. актуализируются, в основном, стратегиями дистанцирования, чаще всего в форме тактики «Избегай вмешательства (question, hedge)» [23]. В следующем примере косвенный комиссив – вежливое предложение выпить имеет форму вопроса:

“I’m Prendergast,” said the newcomer. “Have some port?”

“Thank you, I’d love to.” (E. Waugh)

Превращение ценностной доминанты вежливости в культурно обусловленный исторически изменчивый стереотип сознания, модель осознанного поведения обусловлено

частотностью ситуаций, требующих соблюдения норм вежливого, этикетно нормативного поведения.

Как показывает наше исследование, наиболее существенные различия в событийных и признаковых концептах коммуникативного поведения сводятся к их схемному моделированию и к средствам и способам актуализации в дискурсе.

1. По характеру схемного представления поведенческие событийные концепты суть модели соответствующей ситуации. Событийные концепты разворачиваются во времени и могут быть схематизированы в виде динамического фрейма-сценария. Так, МЕСТЬ, ИЗВИНЕНИЕ и подобные концепты разворачиваются по схеме [мотив → интенция → оценивание параметров ситуации → выбор языковых / неязыковых средств → совершение соответствующего речевого / коммуникативного акта] (ср.: когнитивный сценарий выражения эмоций типа ANGST / GNEB у А. Вежбицкой [2, с. 515–523]).

Напротив, признаковые концепты коммуникативного поведения характеризуют всю ситуацию и поэтому не имеют отдельного сценария развертывания (ВЕЖЛИВОСТЬ, СДЕРЖАННОСТЬ, УКЛОНЧИВОСТЬ – признаки различных действий / состояний); они представлены слотом качество в модели соответствующего событийного концепта. Так, в ситуации извинения адресант может быть вежливым и невежливым, в ситуации порицания – сдержанным, уклончивым и т.п.

2. Средством актуализации событийного концепта коммуникативного поведения в дискурсе служит речевой акт, его ведущая иллокутивная сила соответствует понятийной составляющей концепта: например, концепты ПОРИЦАНИЕ, БЛАГОДАРНОСТЬ реализуются речевым актом экспрессивом и сатисфактивом (в типологии Д. Вундерлиха) и имеют одну ведущую иллокуцию, а ментальные признаки концептов типа ИЗВИНЕНИЕ объясняют их прагматический комплекс: в гибридном речевом акте извинения сочетаются ведущие иллокуции экспрессива (говорящий выражает свое эмоциональное состояние) и реквестива (говорящий намерен побудить слушающего выполнить действие) [20]).

В отличие от событийных, признаковые концепты коммуникативного поведения определяют сопутствующую иллокутивную силу речевых актов. Например, ТОЛЕРАНТНОСТЬ может сопутствовать выражению порицания в экспрессивах и т.п. Однако наиболее ярко признаковые концепты коммуникативного поведения актуализируются в дискурсе соответствующими стратегиями и тактиками, как правило, обусловленными принципом вежливости: концепт УКЛОНЧИВОСТЬ – стратегией дистанцирования и тактиками уклончивости (hedging); концепт ОПТИМИЗМ – стратегией сближения и тактикой выражения оптимизма (be optimistic) и под.

Таким образом, использование идей когнитивной прагматики и шире – дискурсологии в качестве методологии анализа позволяет выделить особый тип концептов культуры – концепты коммуникативного поведения и на примере концептов этики установить их разновидности: событийные и признаковые концепты коммуникативного поведения. Признаковые концепты-регулятивы, осознанные нормы коммуникативного поведения в обществе – это этнокультурные стереотипы, которые воплощаются в соответствующих ситуациях общения вербально (различными стратегиями вежливости), паравербально и невербальными способами. В отличие от событийных концептов – ментальных представлений о речевых действиях как таковых, актуализированных соответствующими речевыми актами, признаковые концепты коммуникативного поведения содержат характеристики вербальных, и шире – коммуникативных действий и обладают динамичностью, градуальностью, актуализируется в стратегиях и тактиках дискурса на уровне коммуникативного хода, задаются социокультурными и иными дискурсивными параметрами ситуации общения (контекстом, целями и интенциями говорящих и пр.).

Событийные концепты коммуникативного поведения – ментальные схемы определенных ситуаций; они разворачиваются во времени, могут быть схематизированы в виде динамического фрейма-сценария и актуализированы речевым актом, определяя его ведущую иллокутивную силу. Напротив, признаковые концепты коммуникативного поведения характеризуют всю ситуацию, схематизируются как слот качества в модели соответствующего концепта и включают в себя параметр этикетности; они воплощаются в речевых стратегиях / тактиках и обуславливают сопутствующие иллокуции речевых актов.

Избранный когнитивно-дискурсивный вектор исследования предопределяет его п е р с п е к т и в ы – установление межкультурного и диахронического варьирования концептов коммуникативного поведения в англоязычном и иных дискурсах разных эпох.

ЛИТЕРАТУРА

- 1.Ваховська О.В. Вербалізація концепту ГРІХ в англomовному дискурсі XIV–XXI століть : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Ольга Володимирівна Ваховська. – Харків, 2001. – 20 с.
- 2.Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков / А. Вежбицкая. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 780 с.
- 3.Карасик В.И. Лингвокультурная концептология / В.И. Карасик, Н.А. Красавский, Г.Г. Слышкин. – Волгоград : Парадигма, 2009. – 116 с.

4. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М. : ИТДК «Гнозис», 2003. – 375 с.
5. Крылов К. Поведение [Электронный ресурс] / К. Крылов. – Режим доступа : <http://www.traditio.ru/krylov/pv1.html>.
6. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е.С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
7. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации / Т.В. Ларина. – М.: Языки славянских культур, 2009. – 512 с.
8. Лурье С.В. Историческая этнология: Учебн. Пособие для вузов / С.В. Лурье. – М.: Аспект Пресс, 1998.
9. Маркарян Э.С. Об исходных методологических предпосылках исследования этнических культур / Э.С. Маркарян // Мат-лы симпозиума. – Ереван, 1978. – С. 8–9.
10. Мушаева О.К. Презентационные регулятивные концепты в калмыцкой, русской и английской лингвокультурах : автореф. дисс на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / Мушаева Ольга Константиновна. – Волгоград, 2008. – 20 с.
11. Полина А.В. Языковая объективация концепта БОГ в английском дискурсе XIV–XX веков : автореф. дис. канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / Анна Владимировна Полина. – Харьков, 2004. – 20 с.
12. Психологический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://psi.webzone.ru/st/081100.htm>
13. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г.Г. Слышкин. – М. : Academia, 2000. – 128 с.
14. Сосновская Е. А. Долг благодарности как основание японской нравственности / Е.А. Сосновская // Философия образования. – 2006. – №3. – С. 161-164
15. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры / Ю.С. Степанов. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.
16. Стернин И.А. Очерк английского коммуникативного поведения / И.А. Стернин, Т.В. Ларина, М.А. Стернина. – Воронеж : Истоки, 2003. – 184 с.
17. Философская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc_philosophy/
18. Формановская Н.И. Речевого этикет и культура общения / Н.И. Формановская. – М. : Высшая школа, 1989. – 159 с.

19. Чесноков И.И. Месть как эмоциональный поведенческий концепт (опыт когнитивно-коммуникативного описания в контексте русской лингвокультуры) : автореф. дисс на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / Чесноков Иван Иванович. – Волгоград, 2009. – 44 с.
20. Шевченко И.С. Гибридная природа извинения: когнитивно-прагматический анализ / И.С. Шевченко // Жанры речи: Сб. научн. статей. Вып. 6. Жанры и язык. – Саратов: Изд. центр „Наука”, 2009. – С. 329-337.
21. Шевченко И.С. Абрис когнитивного вектора прагмалингвистики / И.С. Шевченко, И.П. Сусов, Л.Р. Безуглая // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – № 811. – 2008. – С. 3–7.
22. Шевченко И.С. Понятийная категория ДОБРО в английской языковой картине мира / И.С. Шевченко, И.В. Змийова // Антология концептов. Том 5.– Волгоград: Парадигма, 2007. – С.4-16.
23. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Use / P. Brown, S. Levinson. – L., NY, etc. : CUP, 1987. – 345 p.
24. Carston R. Linguistic Meaning, Communicated Meaning and Cognitive Pragmatics / R. Carston // Mind and language. – 2002. – V. 17. – № 1 – 2. – P. 127-148.
25. Wilson D. Relevance Theory / D. Wilson, D. Sperber // The Handbook of Pragmatics. – Padstow : Blackwell, 2005. – P. 608-632.