

же дают интересный материал для контрастивных исследований в рамках когнитивной лингвистики.

В докладе приводится ряд метафор, характерных для англоязычного делового и экономического дискурса, и дается их трактовка. В результате проведенного исследования, в частности, были выявлены следующие метафоры:

«Экономический показатель (объем инвестиций, продаж, выпуск продукции, уровень инфляции, цены) — это вещество (Economic indicators are substances)»; «Увеличение экономических показателей — это движение вверх (Increase in economic indicators is movement upward)»; «Снижение экономических показателей — движение вниз (Decrease in economic indicators is downward movement)»; «Деньги — это жидкость (Money is a liquid)»; «Деньги — это пища (Money is food)»; «Бизнес — это растение (Business is a plant)»; «Деловые переговоры — это спортивная игра с мячом (Business talks is a ball game)»; «Деловые переговоры — это игра в карты (Business talks is a gambling game)»; «Успех (в бизнесе) — это нечто большое (Success in business is big)» и др.

Наиболее последовательно и полно в английском языке представлена метафора «Деньги — это жидкость», которая манифестируется такими лексическими средствами (терминами и идиоматическими выражениями), как *liquid assets, liquidity, cash flow, inflow, outflow, currency, solvent, affluent*. Вложение капитала в какое-либо дело описывают глаголами *rip up, sink, inject money*; крупные расходы уподобляются процессу впитывания жидкости (*absorb, soak up, sponge off*) или расплескиванию воды (*splash out*), в результате чего источник капитала истощается подобно источнику воды (*run dry, dry up*). Человек, имеющий финансовые проблемы, характеризуется выражениями *in over one's head, deep in debt, go under*; а о том, кому удалось справиться с этими проблемами, говорят, что он удержался на плаву (*keep afloat, keep one's head above water*).

В последнее время концептуальные метафоры активно используются в практике обучения иностранным языкам как эффективный метод преподнесения и усвоения лексики и наблюдения за лингвокультурологическими особенностями изучаемого языка.

Н.И. Хмельницкая
Белорусский государственный
экономический университет (г. Минск)

КОРЕФЕРЕНЦИЯ НА МЕЖАБЗАЦНОМ УРОВНЕ В ТЕКСТАХ РАЗНОЙ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛИСТИЧЕСКОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ

Межабзацная когезия как второй, более высокий уровень в иерархии текстуальных связей в немалой степени опирается на кореференцию — важнейшую содержательную категорию текстообразования. Эта категория обязательно воплощается в текстах всех функциональных стилей. Ее реализуют, прежде всего, повторы — прономинализационные повторы

ры, в высшей степени характерные для художественного текста и столь же распространенные в нем повторы в виде коррелятивных пар (или цепочек), включающих имя собственное в качестве ядра кореференции. Важной оказывается в плане выражения кореференции соотнесенность форм артиклия при одном и том же повторяющемся имени, т. е. цепочка чередования неопределенный артикль — определенный артикль — нулевой артикль в разной последовательности этих форм. Максимальную вариативность в пределах артиклевой презентации показывает художественный текст, хотя это средство отражения кореференции налицоствует во всех стилях. Не меньшее значение для выражения кореференции имеет синонимический повтор, часто приобретающий в художественном тексте вид перефраза на основе контекстуальной синонимии. Но наиболее убедительным и одинаково присущим всем стилям свидетельством кореференции служит простой лексический повтор, т. е. повтор тематически значимых, ключевых слов, формирующий линии абсолютной кореферентной соотнесенности.

Средства выражения когезии в абзацах и между абзацами образуют в совокупности «арсенал» презентации, единый для всех трех функциональных стилей. Но частотность употребления тех или иных средств этого общего «арсенала» в текстах разной коммуникативно-стилевой направленности различна, различны пропорции их взаимной соотнесенности по стилям. В наиболее общем плане можно утверждать, что в художественном стиле яркую и многообразную презентацию создают средства лексической когезии, в двух других стилях — газетно-публицистическом и научном — главными маркерами связи оказываются средства конъюнкции, в состав которых входят не только союзы, но и наречные слова, местоименные наречия, особые скрепы в виде вводных слов и конструкций, отличающихся стереотипностью своей формы и устойчивостью лексического наполнения. Здесь, по сути дела, формально конъюнкционная и лексическая когезия тесно сплетаются, пронизывая друг друга.

Таким образом, роль межабзацных связей в структурировании когезии и кореференции текста велика. Средства же когезии на межабзацном уровне в художественном, газетно-публицистическом и научном стилях представлены по-разному, что специфически маркирует названные функциональные стили.

С.С. Хоронеко
Белорусский государственный
экономический университет (г. Минск)

МОДЕЛИ ВЕРБАЛЬНОЙ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ

Для избежания коммуникативной неудачи в процессе коммуникации следует принять во внимание цель верbalной передачи информации, оценить условия передачи, установить реальную коммуникативную ситуацию на основе предложенных моделей коммуникации.

В процессе коммуникации выбор глагольных лексем для каждой из предложенных речевых ситуаций регламентируется конкретной моде-