

Все вышесказанное свидетельствует о назревшей потребности стандартизации бухгалтерской терминологии. Дальнейшее направление исследования в данной области предполагает выявление возможностей сближения позиций в части терминологии и выработке рекомендаций по ее уточнению.

Л.В. Солозуб
Львовский национальный университет
им. И. Франко (г. Львов)

DISCOURSE MARKERS OF ENUMERATION IN ECOLOGICAL TEXTS

Discourse markers are words or short «lexicalized phrases» that organize texts. This organization is achieved by showing «how the speaker intends the basic message that follows to relate to the prior discourse». Discourse markers help to create cohesion and coherence in a given text by establishing a relationship between the various ideas that are expressed within the text. Some of the relationships noted by Schiffrin are: causal (*Therefore*), conditional (If X, then Y) temporal (*then he...*), adversative (*However*) and additive [Schiffrin, D. The Handbook of Discourse Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, p.55]. Discourse markers also occur when «speakers shift their orientation to information.» In this case the marker alerts the listener that something within the speaker has changed. Schiffrin uses «oh» as an example of this type of discourse marker [Schiffrin, D. The Discourse Reader. Cambridge: Cambridge University Press, 1999, p. 276]. These words are signals that tell you the kind of relationship the writer intends between two parts of her/his text: if you can understand one part, the discourse marker serves as a possible key to the other part. Frequently the marker explicitly signals the functional value of the sentence, which otherwise has to be inferred.

Discourse markers are found in various grammatical categories including, conjunctions, interjections, adverbs, phrases. Schiffrin also shows that discourse markers can «connect utterances on either a single plane or across different planes» [Schiffrin, D. The Handbook of Discourse Analysis. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, p.57]. This means that a single marker can connect various units of dynamic meaning (coherence) as well as the surface structure of the text (cohesion).

By *enumeration* we understand the act or process of cataloguing of what is being said [World Book Dictionary. Chicago: World Book, Inc., 1998, p. 708]. All discourse markers of enumeration we can divide into three groups expressing:

a) ideas mentioned for the first time (*first, firstly, to begin / to start with, for a start, first of all*) where the author introduces a new topic, focuses on key factors necessary for further understanding;

b) continuing the development of an idea (*in the second place, furthermore, secondly, next, then, moreover, later, afterward*) where the author gives the information about a situation, event;

c) final remarks (*finally, lastly, in the end, as a final point*) when the author points up the final steps, finishes his/her presentation making up necessary conclusions.

On analyzing 1000 pages of texts on ecological topics (journals, textbooks) we have found the ratio of the above mentioned groups is unproportional. The first group comprises 30%

e.g. *At first* wind brings cold water, loaded with nutrient, to the surface.

The second group comprises 45%

e.g. *Later*, exposure to airborne fibres from other varieties of asbestos was also linked to lung cancer.

The third group consists of 25 %

e.g. *Lastly*, a fourth stage, often called tertiary treatment, has become increasingly common.

Thus, in ecological texts one can observe that via the greatest amount of discourse markers of enumeration (the 2nd group) the idea of the passage is achieved.

Т.Ф. Солонович

*Белорусский государственный
экономический университет (г. Минск)*

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ МЕТАФОРЫ В ДЕЛОВОМ И ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Положение о метафоричности понятийной системы, на основе которой люди мыслят и действуют, обоснованное Дж. Лакоффом и М. Джонсоном [Lakoff G., Johnson M. *Metaphors we Live by*. Chicago, London: The Univ. of Chicago Press, 1980], стало одним из ключевых в когнитивной семантике. Метафора рассматривается данными исследователями не только как фигура речи, стилистический прием, используемый для создания образности, но как неотъемлемое свойство, присущее языковому мышлению. В логике, философии и когнитивной лингвистике метафора трактуется как способ мышления, названия и категоризации действительности.

Суть концептуальных метафор заключается в осмыслении одной понятийной области в терминах другой понятийной области. Как правило, такой метафорический перенос оказывается однонаправленным, т.е. абстрактные концепты осмысляются в терминах более конкретных, материальных сущностей, но не наоборот, например: «интеллектуальный спор — это война», «время — это ресурс», «любовь — это безумие». Данные метафоры выводятся на основании лингвистического анализа дискурса, в ходе которого выявляются языковые средства, представляющие ту или иную понятийную область.

Выявлению и трактовке концептуальных метафор в дискурсе различного рода в настоящее время придается большое значение, так как они позволяют сделать выводы о способах концептуализации окружающей действительности носителями определенного языка и культуры, а так-

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 *pump, 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 — диноматизационные повторы.

Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>