

Чиликина Е.В., Ширяева Т.А.

**Метафорические модели как способ концептуализации
и категоризации современного делового сообщества
(на материале текстов деловой рекламы)**

Метафоры играют значительную роль в процессах трансляции и трансформации знаний, а также образовании ассоциаций в рекламном деловом дискурсе. Анализ информационной структуры метафор показал, что метафоры в тематической и рематической частях рекламного дискурса весьма частотны. Метафорические модели, воплощающие метафоры в тексте, представляют собой способ концептуализации и категоризации профессионального знания в современном деловом сообществе. Метафоры в текстах деловой рекламы не только формируют представление о профессиональной реальности, но и предопределяют способ и стиль мышления о ней. Метафорические модели, выявленные авторами в англоязычной деловой рекламе, служат особым способом понимания и постижения профессиональной повседневности современного бизнес-сообщества.

Ключевые слова: метафора, метафоризация, концептуализация, категоризация, метафорическая модель, знание, трансляция, трансформация, ассоциация, деловой дискурс, реклама, текст, дискурс-ориентированный подход.

Chilikina Ye.V., Shirayeva T.A.

**Metaphorical models as a way of conceptualization and categorization
in the modern business community
(based on the material of business advertising texts)**

Metaphors play an important role in the processes of translation and transformation of knowledge, as well as in the formation of associations in the advertising business discourse. The analysis of the information structure of metaphors demonstrates that they are rather frequently found in thematic and rhematic parts of the advertising discourse. The metaphorical models in the text represent ways of conceptualization and categorization of the professional knowledge in the modern business community. Metaphors in business advertising texts not only form the image of professional reality but also predetermine the way and mode of thinking about it. The metaphorical models used by authors in the English-language business advertising serve as a special way of understanding and comprehension of the professional daily life of the modern business community.

Key words: metaphor, metaphORIZATION, conceptualization, categorization, metaphorical model, knowledge, translation, transformation, association, business discourse, advertising, text, discourse-oriented approach.