

общеупотребительную лексику вливаются неологизмы, диалектизмы, поэтизмы, сленг. Например, *cope* вместо *policeman*, *foe* вместо *enemy*, *to irk* вместо *to irritate*. Кроме того, для заголовков английских газет характерно частое использование специальных слов (заголовочный жаргон): *ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, pact, plea, probe, quit, quiz, rap, rush, slash* и другие. Отличительной особенностью такой "заголовочной лексики" является не только частота их употребления, но и универсальный характер их семантики. Для заголовков также характерны цитаты, которые могут быть выражены как прямой, так и косвенной речью: *Russian Link is Basic to Us - the President - «Связь с Россией для нас необходима» Заявил Президент республики*. Многие заголовки английских и американских газет построены в виде вопросов: *What Are We Eating? (The Independent)* Важную для переводчика особенность заголовков английских и американских газет представляет широкое использование в них атрибутивных групп. Приведем пример: *Japan All-Party MP Group to Go to Helsinki*, сокращение *MP*, т. е. *Member of Parliament*; *All-Party* также определяет сокращение *MP*. Таким образом, мы имеем две смысловые группы *Japan, MP* и *All-Party MP*, которые обе в свою очередь определяют последнее слово *Group*. Переводить нужно справа налево, т. е. начиная с опорного слова. Инфинитив передает будущее время. В таких случаях, чтобы избежать глагольности заголовка, малохарактерной для русского газетного стиля, прибегаем к переводу с помощью существительного поездка с добавлением слова предстоящая для передачи будущности. Таким образом, весь заголовок будет выглядеть в переводе так: *Предстоящая поездка в Хельсинки группы японских парламентариев, представляющих все партии*.

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что английским и американским газетным заголовкам присущ разговорно-фамильярный характер, но вместе с этим сохраняется официальность титулов и обращений к политическим деятелям, стилистическая разноплановость лексики и разнообразие грамматических структур, что делает перевод газетных заголовков порой непростым занятием.

МИРЧУК А.В. (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина)

Научный руководитель – ст. преподаватель Архипов Д.В.

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ПРЯМЫХ ПОБУДИТЕЛЬНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Побудительная модальность является важным структурно-содержательным компонентом функционально-семантической категории модальности, устанавливающей живую связь между высказыванием и внеязыковой действительностью. Обращенная к прагматическому аспекту предложения (высказывания), она непосредственно участвует в формировании его коммуникативной перспективы. Директивные или побудительные речевые акты – это специфические типы речевых образований, отличающиеся от остальных разновидностей высказываний своей специфической интенцией (коммуникативным, речевым намерением, целью высказывания коммуникантов), волеизъявлением говорящего, направленным на то, чтобы совершилось/ не совершилось определенное положение дел. Они характеризуются наличием волевой составляющей в семантике и направленностью на управление поведением адресата. В них говорящий, называя определенное действие или состояние, стремится с большей или меньшей степенью настойчивости заставить адресата стать его исполнителем, то есть изменить определенным образом существующее положение дел. Действительность в данном случае должна быть приведена в соответствие с высказыванием.

Языковые способы, направленные на реализацию прагматических значений побуждения и воздействия, следует рассматривать в соответствии с прямым/ косвенным, эксплицитным/ имплицитным принципами выражения. Прямые/ косвенные, эксплицитные/ имплицитные языковые способы можно определить как возможные психологические структуры, лежащие в основе речевого поведения говорящего при определении диапазона личной коммуникативной свободы в заданных условиях общения.

Выбор прямой, косвенной, эксплицитной или имплицитной речеактовой номинации связывается с субъективной оценкой говорящим параметров протекания диалогического общения. Речевые акты с эксплицитно выраженной прагматической нагрузкой содержат полную, непротиворечивую и релевантную информацию, обеспечивающую адресату однозначный выбор адекватной реакции. Отношения между эксплицитными и имплицитными единицами текста «пропущены» через языковое сознание отправителя и получателя речи, осознаны ими, в результате наблюдается понимание смысла текста в его полном объеме.

Под прямым *эксплицитным* способом понимается стремление говорящего оказать определенное иллюкутивное воздействие на слушателя путем использования таких языковых средств, иллюкутивная сила которых легко опознается слушающим, т.е. повествовательных предложений с перформативными глаголами. Под прямым *имплицитным* способом подразумеваются языковые единицы, в которых значение побуждения составляет грамматическое содержание формы. Такой формой в английском языке является модальный тип побудительного предложения, например: *Push it!, Let's push it!, Forward!* Грамматическая форма побудительного предложения сигнализирует о намерении говорящего побудить адресата к совершению/несовершению действия, т.е. побудительная иллюкутивная сила получает в них грамматикализованное выражение и закреплена за данной синтаксической формой в силу языковой конвенции.

С точки зрения семантико-синтаксических особенностей выделяют следующие группы побудительных предложений, способных выразить побуждение и воздействие:

1. Полные повелительные предложения:

1) с синтетической формой императива:

а) *Take it!, Be quiet!* могут употребляться для выражения прескриптивного побуждения, содержащего обличительность выполнения действия, обеспеченной приоритетной ролью говорящего. Например, в диалогах, происходящих между: начальником и подчиненным: *Come to my office, now!*, матерью и сыном: *You run and get your work done first, little boy.*, двумя знакомыми: *Have another beer.* Таким образом, сфера употребления подобных высказываний отражает субординативные отношения и социально-психологическую дистанцию между говорящими;

б) императив может выражаться также с помощью глаголов, специализирующихся на передаче начала, конца и продолжения действия, например: *Come on, cheer up.* Для выражения настойчивой просьбы и приказа в одном побудительном предложении возможно использование различных экспрессивных синтаксических структур, например, повтора: *Sit down, sit down, Mr. Brown;*

в) двойной императив, т.е. присоединение императива с помощью союза *and* к глаголу, номинирующему само действие. Такая конструкция создает видимость логической структуры следствия: *Mama, come and save your little girl;*

г) эмфатические побудительные предложения типа *Do be quiet!*, в которых эмфатический глагол *do* является дополнительным элементом при использовании императива. Конструкции такого типа обычно выражают вежливые просьбы, жалобы или извинения, предложения и настойчивой просьбы (но не приказа), например: *Do dress casually.*

2) с аналитической формой императива, образуемой с помощью *Let*: *Let's break it down.* Формы *Let's/Let us* являются формами «совместного действия», поскольку выражают побуждение к действию, в котором участие примут оба коммуниканта: адресант и адресат (или группа адресатов).

2. Эллиптические (безглагольные) повелительные предложения. Употребление эллиптических императивных конструкций может быть обусловлено определенными социальными факторами, например, социальными ролями собеседников и характером социальных отношений между ними. Соответственно, безглагольные побудительные предложения представляют собой достаточно распространенный способ выражения побуждения в ситуациях определенного плана: а) стандартизованных с заранее известным ритуалом поведения – в магазине, за столом, в кафе, в операционной; б) связанных с дефицитом времени.

Эллиптические побудительные предложения можно разделить на две группы: 1) *именные* – *Dinner!, Three whiskies, please;* и 2) *наречные* – *Forward!* Одним из примеров употребления подобных побудительных предложений является их реализация в качестве военных команд: *Eyes right!* (именное побудительное предложение); *About face!* (наречное побудительное предложение).

Эллиптические и глагольные императивные конструкции соответствуют побудительным (директивным) речевым актам, но сила их воздействия разная. При этом для некоторых разновидностей эллиптический вариант является единственно возможным. Такие предложения в силу специфичности ситуации по существу не предполагают отказа в формулируемой просьбе, побуждении, запрете. В то время как глагольные варианты могут допускать и реакцию адресата негативного плана – отказ выполнять предлагаемое ему действие. Неприемлемость употребления эллиптических императивных предложений может быть обусловлена этикетными запретами и связана с иерархией отношений между собеседниками.

МИХАЛЕНЯ Д.С. (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина)

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ЭПИГРАФА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОИЗВЕДЕНИИ

Изучение эпиграфа как элемента художественного текста является актуальной темой в современной лингвистике. Особое внимание изучению эпиграфа стало уделяться во второй половине прошлого столетия с появлением большого числа художественных произведений, написанных представителями постмодернистской эстетики. После возникновения теории интертекстуальности эпиграф стал рассматриваться не только с точки зрения литературоведения, но и как элемент интертекста, способствующий образованию межтекстовых связей.

Став объектом изучения лингвистики, эпиграф приобрел еще большее количество трактовок и характеристик. В рамках теории интертекстуальности эпиграф рассматривается заимствованный претекст, предваряющий текст-реципиент. Из данного определения следует, что эпиграф является цитатой из текста-донора, который вступает в межтекстуальные связи с текстом-реципиентом. Кроме того, это определение подчеркивает не только функциональность эпиграфа, но и демонстрирует его возможность направить мыслительную деятельность читателя в область текста-донора и привнести в текст-реципиент дополнительный смысл. Механизм восприятия эпиграфа можно описать следующим способом: читатель опознает эпиграф и обращается к тексту-донору, чтобы понять его в контексте текста-донора, затем соотносит контекст претекста и контекст текста-реципиента, а далее обогащает текст-реципиент новым смыслом и интенциями. При этом данный механизм может успешно работать только в случае, если читатель обладает достаточными фоновыми знаниями, чтобы опознать интертекстуальное включение в тексте произведения.

Далее рассмотрим коммуникативно-прагматический эффект, который достигается в процессе включения эпиграфа в художественное произведение. Как известно, залогом адекватного восприятия текста