

выражения данного значения. Эквивалентом же английского термина *lattice* в итальянском языке является слово *reticolo* (например, *il reticolo di molecole* ‘молекулярная решетка’).

Английский термин *nitrogen* ‘азот’ часто переводится на итальянский язык как *nitrogeno*. Но это неправильно, т.к. в итальянском данный химический элемент называется *azoto*. Английский термин *nitrogen* происходит от латинского *nitrogenium* ‘рождающий селитру’, а итальянский *azoto* – от греческого *azoos* ‘безжизненный’ (префикс *-a*, выражающий отрицание или отсутствие основного слова, и *zoe* ‘жизнь’). В русском языке, как и в итальянском, прижилось название *азот*. Что же касается химического символа, то он одинаков для всех – N.

Таким образом, во избежание ошибок в переводе и употреблении химических терминов необходимо хорошо ориентироваться в данной области научного знания, иметь и постоянно совершенствовать запас терминов, знать и понимать их значение, уметь выбирать из множества вариантов тот, который соответствует данному контексту, использовать словари, энциклопедии и справочники.

Е. В. Стефанова

РЕГУЛЯТИВНЫЕ СРЕДСТВА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Лингвистические и экстралингвистические средства служат основой презентации разного вида информации в публичных выступлениях, главное правило которых, по мнению С. М. Халина, – не только сообщение фактов, но и разъяснение, обобщение представленного материала и демонстрация соответствующих выводов.

Н. С. Болотнова выделяет различные типы регулятивных средств: лингвистические (ритмико-звуковые, лексические, морфологические, словообразовательные, синтаксические) и экстралингвистические (композиционные, логические, графические). Наряду с эмотивной, апеллятивной, волюнтаривной, социальной, фатической функциями текста выделяют и регулятивную функцию, которая определяет его прагматику. По словам Н. С. Болотновой, «она заключается в способности текста управлять восприятием и интерпретационной деятельностью благодаря особому отбору средств и организации текста в соответствии с авторской интенцией».

Восприятие, в свою очередь, неразрывно связано с пониманием и интерпретацией прочитанной и услышанной информации. Так, Т. А. ван Дейк говорит о том, что понимание дискурса – это «истолкование его ментальной модели или интенций (ментальных моделей) говорящего».

Известно, что название выступления обычно выражает макроструктуру или тему дискурса. Таким образом, манифестацией регулятивной функции названия выступления является заинтересованность и привлечение внимания слушающих.

Для проведения исследования были отобраны 7 публичных выступлений (выступления формата TED Talks). Цель исследования – выявление наиболее употребительных регулятивных средств в англоязычных публичных выступлениях сельскохозяйственной направленности с фиксацией их количественного параметра.

Принятые обозначения: РС – регулятивное средство, В – выступление, продолжительность указана в скобках: В1 – *A forgotten ancient grain that could help Africa prosper* (15:12); В2 – *Are indoor vertical farms the future of agriculture?* (9:44); В3 – *How urban agriculture is transforming Detroit* (12:11); В4 – *Without farmers, you'd be hungry, naked and sober* (8:57); В5 – *A global food crisis may be less than a decade away* (17:19); В6 – *Crop insurance, an idea worth seeding* (9:50); В7 – *The case for fish farming* (15:07).

Полученные результаты приводим в форме таблицы. Цифровые обозначения (выделены курсивом): 1 – повторная номинация; 2 – эпитет; 3 – метафора; 4 – сравнение; 5 – дейктические местоимения I/you vs we/they; 6 – анафора/эпифора; 7 – ретардация; 8 – антитеза; 9 – полисиндетон; 10 – вопросы (в т.ч. риторические).

Т а б л и ц а

РС	В1	В2	В3	В4	В5	В6	В7
1	7	1	1	1	–	2	–
2	4	3	1	2	4	2	3
3	2	1	3	2	3	4	4
4	2	1	1	2	1	1	8
5	<i>I</i> (17) <i>you</i> (2) <i>we</i> (4) <i>they</i> (1)	<i>I</i> (9) <i>you</i> (16) <i>we</i> (8) <i>they</i> (0)	<i>I</i> (20) <i>you</i> (4) <i>we</i> (12) <i>they</i> (34)	<i>I</i> (13) <i>you</i> (17) <i>we</i> (42) <i>they</i> (11)	<i>I</i> (16) <i>you</i> (7) <i>we</i> (42) <i>they</i> (3)	<i>I</i> (13) <i>you</i> (15) <i>we</i> (14) <i>they</i> (8)	<i>I</i> (8) <i>you</i> (14) <i>we</i> (60) <i>they</i> (1)
6	1	1	7	2	4	2	2
7	2	–	–	1	1	–	1
8	4	1	3	5	5	2	1
9	<i>if</i> (1)	–	<i>and</i> (1)	–	–	–	<i>and</i> (1)
10	6	0	1	13	8	5	7
Итого РС:							
53	41	88	111	94	68	110	

Как видим, большее количество РС зарегистрировано в 2 выступлениях: В4 и В7. При этом обращаем внимание на продолжительность выступлений: В4 – 8 мин 57 сек, а В7 – 15 мин 7 сек.

Представленные научно-популярные публичные выступления обладают характеристиками устной речи (повторы, уточнения, простые предложения, жесты, мимика, варьирование темпа/громкости речи и др.), но в то же время

отмечаем характеристики, присущие формальному стилю (стройность и логичность композиции, последовательность изложения, использование терминов, их пояснение, сложные предложения и др.).

Немаловажным параметром отнесения данных выступлений к научно-популярному дискурсу является эвиденциальность (ссылки на результаты проведенных исследований). При использовании большего количества ссылок на другие источники информации создается уверенность в том, что представленные в публичном выступлении факты являются достоверными и убедительными. Так, выступающие ссылались на слова известных личностей (*Senegal's first president Léopold Sédar Senghor; the great ocean hero Jacques Cousteau; Muhammad Yunus, who won the Nobel Peace Prize*), опубликованные данные (*a recent Guardian article; the latest agricultural census/the latest prediction of the UN; the International Monetary Fund; the WWF; the World Health Organization* и др.).

Ссылка на авторитетное лицо, организацию, данные исследований наряду с повторением, аффирмацией сказанного и *captatio benevolentiae* (лат. 'снискание расположения') не только привлекают внимание к значимости описываемого события или действия, но и одновременно являются средствами суггестивного речевого воздействия (от лат. *suggestio* 'внушение').

М. О. Тригук, Я. И. Коваль

ПЕРЕВОД АНГЛИЙСКИХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

В условиях глобализации и взаимного интереса представителей разных культур к событиям, происходящим в разных странах, возрастает роль перевода в процессе коммуникации. Активно переводятся газетные тексты, в структуре которых выделяется заголовок. По мысли Э. А. Лазаревой, заголовок – это первый сигнал, побуждающий нас читать материал или отложить его в сторону.

Как правило, заголовок сообщает основную мысль газетной статьи, обращает внимание читателя на наиболее интересную информацию, не раскрывая ее сути, тем самым побуждая ознакомиться с материалом детально. В первую очередь заголовок служит для привлечения внимания читателя и лишь во вторую – выполняет информационно-разъяснительную функцию.

Для качественного перевода газетных заголовков важно свободно владеть лексикой газетного жанра, уметь находить и различать все грамматические особенности заголовков, обращать внимание на стилистические приемы, а также устанавливать связи между элементами заголовка и заголовка с текстом.