Colloquium Area "Modern Studies in Fiction Literature Translation"

IMPERATIVUL DIN PERSPECTIVĂ COGNITIVĂ /

THE IMPERATIVE MOOD FROM A COGNITIVE PERSPECTIVE



Victoria BARCARU, PhD Student
(Moldova State University)

victoriabarcaru4@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-9470-871X

Received: January 6th, 2026 | Reviewed: January 6th, 2026 | Accepted: January 9th, 2026
UDC 81`255.2 | https://doi.org/10.62413/cqm.2026.17

Abstract

Recent psycholinguistic investigations have confirmed the importance of studying language as a social phenomenon. In this paper, we will analyze some verbal aspects of the intrapsychic mechanism that conditions the behavior of the individual in society on the basis of the volitional act, which, in turn, manifests itself communicatively through an imperative situation. In this context, we find it appropriate to address the concept of glotic personality developed by the distinguished Russian scholar I. Karaulov, defined as a complex totality of abilities and skills capable of determining the in-depth perception of realities. Analyzing, in this sense, the individual in the process of human (intersubjective) communication, we reveal that the cognitive perception of reality is different: the same verbal or nonverbal code will be interpreted differently, depending on the imaginary universe of the subjects or the associative network triggered in the human psyche. In this vein, we find it appropriate to approach the imperative mode in its capacity as an expression of the volitional act on a glottal level, but also on a conceptual level, taking into account certain philosophical implications that go beyond linguistics.

Keywords: *imperative, will, individual, speaker, intention, attitude, behavior, choice, sender-receiver*

„Понимать надо не речь, а действительность" (N. Jinkin).

În literatura de specialitate, imperativul este interpretat, din punctul de vedere al protagonistului comunicării, drept un mod al certitudinii relative" (Irimia, 1997, p. 225), „iar prin caracterul relativ al certitudinii se apropie de viitorul indicativului" (*idem*, p. 256). Specialiştii din Rusia definesc imperativul drept „expresie a voinţei vorbitorului adresată interlocutorului, pe care acesta din urmă urmează să o îndeplinească"(Виноградов/Vinogradov, 1975).

Deşi nu este marcat prin formele temporale, valoarea sa temporală este orientată, de regulă, spre prezent sau acţiune ce presupune realizarea după momentul

vorbirii, iar aspectul ireal al acestuia rezidă din modusul pur subiectiv al locutorului faţă de enunț sau realiile înconjirătoare.

Unii savanți, precum V. Vinogradov, A. Volodin, V. Hrakovskij, V. Kasevich, A. Bondarko etc. plasează imperativul în sfera de cercetare a interjecțiilor, relevând anumite afinități cu acestea (Шетиева/Shetieva, 2013). Exemplele care urmează ilustrează atât diversitatea planului conținut-formă al verbelor la imperativ, cât şi unele asemănări ale acestora cu interjecțiile. Cf:

rom. *Pui, pui, pui!* – fr. *Petit! Petit! Petit !*

rom. *Nia!* – fr. *Viens ici !*

rom. *Câş afară!* - fr. *Sors-en !*

rom. *Măi* (băiete)! - fr. *Mon garçon !* - germ. *Hein?!*

rom. *Hai, hai!* - germ. *He, he!*

rom. *Hai, măi băiete!* – germ. *Bürschchen!* (băieţaş, flăcăuaş)

rom. *Prostuțelor!* – fr. *Sottes que vous êtes !*

rom. *Hm!* - germ. *Ach, so ist das!* (Zbanț *et alii*, 2024).

rom. – *Stai, nu ieşi! Dă-mi cheia* (M. Eminescu, *Frumoasa lumii*) - rus. – *Мэй, не выходи! Дай сюда ключ* (М. Эминеску, *Краса мира*).

Din exemplele de mai sus, conchidem că majoritatea unităților româneşti au, în limba franceză, echivalente lexicale şi doar diminutivul „prostuțelor!" (echivalat, în română, cu sintagma „proastelor ce sunteți!") se traduce în franceză drept „sottes que vous êtes!". În citatul din creația lui M. Eminescu, în schimb, traducătorul a preferat forma de adresare originală, conform uzului popular.

Exemplele reproduse supra fac trimitere la semnificațiile de voință sau de adresare din cadrul actelor de vorbire, care, la rândul lor, fac parte din următoarea structură interacțională:

generatorul/participantul/participanții ↔ receptorul/receptorii

Scopul ilocutiv al genratorului în astfel de cazuri este de a îndemna receptorul către anumite acțiuni.

În teoria actelor de vorbire, imperativul se manifestă, mai cu seamă, prin directive - un subtip al performativelor cu valoare ilocuționară: *a cere, a ordona, a invita, a sfătui* ş.a. Actele de vorbire de tip declarativ presupun o acțiune produsă în realitate, în funcție de contextul situațional, iar, potrivit savantului A. Bondarko, enunţurile imperative se încadrează în situația imperativă. Conținutul acesteia rezidă din actul de voință al subiectului–emițător îndreptat spre subiectul-actant în vederea transformării situației ireale în reale conform intenției locutorului (*apud* Шетиева/Shetieva, 2013). Bunăoară, forma negativă, în astfel de situații, îşi pierde valoarea sa ilocutivă prin trecerea în alte sfere de vorbire – *Puteți intra!* (îndemn) -, în timp ce negativul *Nu puteți intra!* deja trece în prohibiție. Nu înzădar, în lucrările de psiholingvistică, pe lângă termenul consolidat deja de *act de vorbire* tot mai des întâlnim echivalentul acestuia – *acțiune de vorbire* (Герейбеков/Gerejbekov, 2019).

Fiind definit drept o „unitate minimală a structurii interacționale" (Pătrunjel, 2018, p. 17), actul de vorbire este examinat prin prisma corelației *act de vorbire – context de realizare*. Criteriul de bază în clasificarea actelor de vorbire este nu doar atitudinea, dar şi scopul urmărit de locutor în funcție de forța ilocuționară care se asociază conținutului propozițional într-o anumită situație în care acestea sunt produse.

În contextul „stării mintale" (*mental style*) a adresatului însă, consemnăm capacitatea acestuia de a controla acțiunile. Astfel, seria verbelor *cogitandi,* precum *a gândi, a crede, a înțelege*, dar şi altele, sunt utilizate la imperativ cu sens de permisiune, rugăminte sau adresare implicită: „înțelege cum vrei - (poți să înțelegi); fă cum ştii, (dar ...) - (poți să faci cum ştii); socoate, că te-am ertat - (te rog să socoți)" (Падучева/Paducheva, 2014). O manifestare a propriei atitudini de tip verbal sau psiho-emotiv a subiectului vis-a-vis de o anumită stare de lucruri atestăm în actele de vorbire de tip expresiv: *te rog (mult) să mă scuzi, mă rog de mă iertați* etc. Conținutul formelor imperative citate mai sus comportă o descriere a relațiilor social-comunicative stabilite între interlocutori.

Un interes deosebit în procesul de transmitere a informației îl prezintă exprimarea implicită în limbă, când lipseşte expresia morfologică necesară pentru sintaxa şi buna înțelegere a enunțului. Enunțurile implicite evocă, în imaginația receptorului, doar asociațiile din sfera de interes a acestuia, întrucât, potrivit lui E. Polivanov, „noi vorbim numai aluziv", iar materialul necesar interpretării, în acest caz, se acumulează în propriul tezaurus al indivizilor (Герейбеков/Gerejbekov, 2019). În acelaşi timp, produsul mental extras din procesul anevoios de interpretare a informației pare mai valoros pentru experiența noastră cognitivă decât informația adusă de-a gata, ceea ce conferă exprimării implicite o valoare deosebită în strategia de comunicare.

În cazul formelor de imperativ, planul glotic al formațiunilor în cauză prevede trecerea subiectului pasiv (receptorul, cel care ascultă) în cel activ (cel care crează sau/şi transmite informație), adică de la persoana a doua (subiectul modusului) la cea de a treia (subiectul dictumului). Nucleul registrului în cauză îl constituie actele directe, iar la periferie se plasează cele indirecte. În pofida acestei viziuni tradiționale, efectul perlocutiv este mai pronunțat în cazul mijloacelor periferice. Consemnăm, în acest sens, astfel de subtipuri ale imperativului precum formele indirecte ale sale: amenințarea, sugestia, sfatul sau aluzia în calitate de formă a îndemnului indirect (Бринев/Brinev, 2009; Стернин/Sternin *et alii*, 2013). Distingem, în acest sens, îndemnul non verbal, care se manifestă diferit şi care este descris, mai cu seamă, în lingvistica cognitivă. Bunăoară, afişele de publicitate sau chiar sloganurile conțin elemente ale aşa-zisului text creolizat, fundamentat pe coduri mixte - verbale sau audiovizuale – şi adresat publicului cu un anumit scop. O varietate a textului creolizat este cinetextul – „un mesaj coerent, integral, finalizat, exprimat prin semne glotice şi non-glotice, dar structurat în baza codurilor cinematografice, înregistrat pe un suport tangibil şi destinat reproducerii pe un ecran şi percepției audiovizuale" (Чижикова/Chizhikova, 2017).

Sentimenele de ură şi duşmănie, provocate de antagonismul social, se manifestă din plin în multiplele surse mass-media. De exemplu, mass-media TV din unele

țări abundă de spoturi video în care este prezentată imaginea migranților musulmani într-o lumină proastă, de totală umilință şi mizerie. Spoturile date se termină sau cu un apel ascuns de a instaura un stat islamic care ar soluționa cu siguranță problemele abordate, sau cu un îndemn indirect de a găzdui mulțimea de imigranți musulmani, suscitând publicului–țintă, adică cel european, sentimente de compasiune şi milă (Иваненко/Ivanenko, 2013).

Relevăm, în cadrul îndemnului implicit, apreciativul negativ. Chiar dacă aparent acesta nu conține mărci directe imperativale, rolul acestuia este de netăgăduit în calitate de factor ce contribuie la incitarea urii sau altor sentimente negative. În cele ce urmează, vom analiza unele exemple:

„Da' jidanul – şiret, da' femeia, ca de-a noastră, proastă" (M. Eminescu, *Frumoasa lumii*) *vs* rus. „Глупая женщина согласилась" (М. Эминеску, *Краса мира*).

Obsevăm, în exemplul citat, opțiunea traducătorului pentru comprimarea sensului conform intenției proprii. În schimb, rămâne tradusă fidel intenția fatică a scriitorului în cazul glosemelor dinamice sau, după părerea noastră, al imperativelor nominalizate:

„Apoi începe-*a striga*, *bate* pe biata femeie" (M. Eminescu, *Frumoasa lumii*) *vs* „Стал он *кричать да лупить* бедную женщину" (М. Эминеску, *Краса мира*).

Uneori, însă, apreciativul negativ nu este marcat prin imperativ, fiind lipsit de un adresat:

„И после этого поддерживать хачей и антифашистов? Черные мрази объявили войну" (Иваненко/Ivanenko, 2013).

Un alt exemplu de stimulent implicit ar fi, după părerea noastră, anumite spoturi publicitare. În cazul lor, este pusă în discuție pertinența traducerii. Pe lângă transcreație, o altă strategie aplicată în această situație este legătura strânsă cu elementele vizuale şi auditive:

eng. *have a break, have a kitkat* - rom. *kitkat - pauza care revioreză, un nou gust al preferatului tău kitkat, încearcă senzații noi cu noul Kitkat*; it. *waffer al latte ricoperto da cioccolato – have tu break*; rus. *есть перерыв – есть KitKat*; sp. *Tómate un respiro, toma un KitKat*.

Exemplele citate supra nu redau în plină măsură trimiterea la organele de percepție (gustative) de tipul „waffer cu ciocolată", efectul scontat recuperându-se prin imaginea audio-vizuală din spot.

Să analizăm următorul exemplu reprodus din campania de publicitate a mărcii *Jesus Jeans*:

„Chi mi ama mi segua".

Deşi îndemnul aici este marcat prin forma specială de conjunctiv imperatival *să mă urmeze* (mi segua), adresatul rămâne unul depersonificat grație pronumelui cu valoare nehotărțtă *cine* (chi) şi transpoziției orientate spre sintagma preluată din scrierile sacre. Grație tertipurilor menționate, consumatorul de rând sesisează imboldul deopotrivă cu puternica motivație de a procura cele propuse. Din cele rela-

tate supra, e lesne să observăm fenomenul *aluzie*i în calitate de formă a îndemnului indirect din cadrul imperativului.

Conform regulei sincerității în ,,situația imperativă" (Бондарко/Bondarco, *apud* Шетиева/Shetieva, 2013), intenția generatorului e orientată spre atingerea rezultatului scontat, precum şi spre determinarea receptorului să realizeze acțiunile cerute de generatorului. Din perspectiva actelor de vorbire şi prin prisma distincției *acte de vorbire reuşite – acte de vorbire nereuşite,* se pune în evidență condițiile care sunt necesare pentru ca actul de vorbire să fie realizat cu succes. Buna reuşită a acestuia presupune executarea actului ilocuționar al generatorului de la sine, adică fără a fi impus de către generator, spre deosebire de enunțurile–îndemn unde receptorul este îndemnat să realizeze anumite acțiuni. Constatăm, astfel, următoarele formule în cadrul actului de îndemn:

Vreau să fie X
Ştiu că X nu se va realiza de la sine
Ştiu că dacă se face Y, posibil se va face / se va întâmpla X
Ştiu că tu ştii ce să faci ca să fie X
Ştiu că dacă-ți spun ceea ce este necesar, ca să se realizeze X, posibil, vei vace astfel, încât să se realizeze X
Îți spun: e necesar ca să fie X
Îți spun aceasta pentru ca tu să faci astfel, încât să se realizeze X (Бринев/Brinev, 2009).

Un alt subtip al îndemnului indirect, exprimat de verbul sau locuțiunea verbală la imperativ, este, după părerea cercetătorului L. Sternin, propaganda - un mijloc răspândit de persuaziune a maselor (Стернин/Sternin, 2013). Pentru convingerea publicului se acționează prin astfel de mijloace, precum *etos* şi *patos* – ceea ce subînțelege anumite tertipuri cu scopul de a dobândi încrederea prin consolidarea propriei prestații şi apelul la tensiunea emotivă a indivizilor. Menționăm, în acest sens, că latura afectivă presupune mai puțin implicarea *logosului* - partea rațională a lucrurilor.

Aplicând modelul de analiză semică al savantei A. Wiejbitkaia, prezentăm, astfel, formula semantică a propagandei:

Îți povestesc despre X pentru ca tu să accepți X în calitate de concept just şi adevărat.

Răspândită pe larg în sfera politică încă de demult pentru promovarea unor interese speciale, propaganda a rămas, de-a lungul timpului, un instrument eficient atât de manipulare a societății, cât şi în scopuri nobile: pentru a ridica moralul cetățenilor la vreme de impas sau cu scop de recrutare. Altfel spus, propaganda este mijlocul în temeiul căruia un individ sau un grup de indivizi îşi manifestă prin impunere o anumită poziție față de o anumită stare de lucruri.

G. S. Jowett şi V. O'Donnell propun o definiție clară şi concisă pentru această noțiune în cartea *Propagandă şi persuasiune* (2014): „Propaganda este încercarea deliberată şi sistematică de a modela percepțiile, de a manipula cognițiile şi de a conduce direct pentru a obține un răspuns care să promoveze intenția dorită a propagandistului" (Tugarev, 2022, p. 50).

Cele relatate permit a consemna tripla dimensiune *apel* (îndemn) – *imbold - propagandă*.

Apelul (îndemnul) poate cauza imboldul către acțiunile sau punctul de vedere al emițătorului mesajului. Conform savantului L. Sternin, spre deosebire de imbold apelul, la fel ca şi forma imperativului în general, nu presupune realizarea imediată a celor enunțate. Spre deosebire de apelul indirect, deopotrivă cu subtipurile sale, cel direct se exprimă prin:

(1) semnificația de bază, adică denotativă a conţinutului:

rom. *Fugi!,* sp. *¡Corre!,* it. *Corri!,* engl. *Run!,* germ. *Lauf!,* rus. *Беги!;*

rom. *Adă!,* sp. *¡Dame/Añade!,* it. *Aggiungi!,* engl. *Give!,* germ. *Bring!,* rus. *Принеси!;*

rom. *Citiți!,* sp. *¡Lee!,* it. *Leggi!,* engl. *Read!,* germ. *Lest!,* rus. *Читайте!";*

rom. *Scrieți!,* sp. *¡Escribe!,* it. *Scrivi!,* engl. *Write!",* germ. *Schreibt!,* rus. *Пишите!;*

(2) conjunctiv, mai cu seamă la persoana întâi plural:

rom. (*Să*) *Mergem!*, sp. *¡Vamos!,* it. *Andiamo!,* engl. *Let's go!,* germ. *Lass uns gehen!*, rus. *Пошли!*;

rom. (*Să*) *Ieşim!,* sp. *¡Vamos a salir!,* it. *Usciamo!,* engl. *Let's go out!,* germ. *Lass uns rausgehen!*, rus. *Выйдем!*

Sunt folosite frecvent enunțurile hortative, care conțin formele verbului *a fi* (sp. *estar/ser*, it. *essere*, engl. *to be*, germ. *seinen*, rus. *быть*) la modurile corespunzătoare: *Fiți vigilenți!* (sp. *¡Estad atentos!,* it. *Siate vigili!,* engl. *Be vigilant!,* germ. *Seid wachsam!*, rus. *Будьте бдительными!*) şi ale verbului *a îndemna* în calitate de regent: rom. *Îndemn toți alegătorii să participe la vot!;* sp. *Insto a todos los votantes a votar!;* it. *Esorto tutti gli elettori a votare!*; engl. *I urge all voters to vote!,* germ. *Ich mahne alle Wähler zu wählen!*, rus. *Призываю всех избирателей голосовать!* (Barcaru, 2026, pp. 131-132).

Efectul scontat al sintagmelor menționate supra se datorează, în opinia noastră, saturației semantice a imperativului, îndeosebi forma directă. În funcţie de frecvența sporită a utilizării, procesarea cognitivă a informației devine mai rapidă. Mai relevăm aici o serie de factori în favoarea teoriei noastre, precum: forma scurta a glosemelor, întrucât necesită o prelucrare redusă a informației, mai cu seamă, la persoana a doua, singular sau plural: *mergi!/mergeți!, fii!/fiți!, votează/votați!* etc. Cele relatate ne ajută să concluzionăm că, în procesul de traducere, ar trebui să se țină cont de factorii menționați pentru o credibilitate convingătoare a ideilor transmise.

În pragmatică, formele explicite (directe) sunt exteriorizate prin acte performative, îndeosebi în cazul urărilor sau al imprecațiilor:

„Ş-acum la tine, frate, cuvântul o să-ndrept,
Căci voi să-ngălbenească şi sufletu-ți din piept
Şi ochii-n cap *să-ți sece*, pe tron *să te usuci*,
Să sameni unei slabe şi străvezii năluci,
Cuvântul gurii proprii, *auzi-l tu* pe dos
Şi spaima morții *intre-ți* în fiecare os" (M. Eminescu, *Gemenii*).

„*Afurisit să fie* câneriul de vornic, şi cum a ars el inima unei mame, aşa să-i ardă inima Sfântul Foca de astăzi, lui şi tuturor părtaşilor săi!" blestemau femeile din sat, cu lacrimi de foc, în toate părțile" (I. Creangă, *Poveşti, povestiri, amintiri*).

Formațiunile evidențiate dispun de valori cu un puternic impact persuaziv prin forța ilocutivă directă, efectul scontat datorându-se voinței covârşitoare, manifestare a dezideratului generatorului. Pe de altă parte, nu putem exclude nici impactul neurofiziologic, cum este *inducția* – „mecanism neuroglotic al unui lanț de senzații fiziologice cu impulsuri nervoase, generate de organele noastre de percepție din zona scoarței cerebrale, care, la rândul său, se incită reciproc, dată fiind poziția adiacentă a căilor neuroconductoare ale acestora" (Barcaru, 2023). Astfel, unitățile perceptive de tipul „să-ți sece", „să te usuci", printr-un imperativ virtual, conduc la afilierea cu receptorii senzuali, cauzând destinatarului un puternic impact psiho-emotiv.

Pe lângă cele relatate, relevăm mijloacele paraglotice la redarea îndemnului, care pot transmite nu doar de informația de bază, ci şi cea suplimentară:

„*По знаку* Марка вокруг Иешуа *сомкнулся конвой и вывел его* с балкона" (M. Bulgakov, *Master i Margarita*, p. 3).

„*И* когда этот момент наступил, прокуратор *выбросил вверх правую руку*, и последний *шум сдуло* с толпы" (*idem*, p. 45).

În sintagmele evidențiate, găsim substitutele imperativului, adică gesturi, ceea ce relevă funcția fatică a modului dat.

Cele relatate permit a concluziona următoarele:

(1) Situat la confluența dintre real şi ireal, în termenii modali, categoria imperativului rămâne, totodată, la răscrucea alegerii dintre voința liberă (воля, freedom/liberty) şi necesitatea obiectivă. Pe de altă parte, avalanşa convențională în sistemul semiotic prezintă numeroase dificultăți în decodificarea informației, ceea ce, iarăşi, pune individul în fața alegerii potrivite a lucrurilor - chestiune de importanță stringentă dintotdeauna.

(2) O dificultate aparte legată de interpretare reprezintă mijloacele implicite de redare a conținutului: apelul indirect, imboldul, aluzia, propaganda, etc. Efortul traducătorului este de netăgăduit, ținând-se cont şi de latura interdisciplinară a subiectului în discuție (psiholingvistică, filosofică, politică etc.). În această ordine de idei, tălmaciul, în calitatea sa de intermediar în dialogul intercultural, are misiune strategică atât în corelarea procesului limbă-gândire, cât şi în calea anevoioasă de restructurare continuă a turnului Babel.

Referințe

Barcaru, V. (2026). *Câmpul funcțional-semantic al irealității în limbi diferite ca structură*. Teză de doctor în filologie. https://anacec.md/files/Barcaru-teza.pdf.

Barcaru, V. (2023). Categoria modalității. Abordare cognitivă. Substratul psiho/ neurolingvistic. *Dialogica*, 3, 35-41. https://dialogica.asm.md/categoria-modalitatii-abordare-cognitiva-substratul-psiho-neurolingvistic/.

Irimia D. (1997). *Gramatica limbii române. Morfologie. Sintaxă*. Iaşi.

Pătrunjel, A. (2018). Modele de descriere a actelor de vorbire în lingvistica pragmatică. *Akademos,* 4 (51), 133-136. http://akademos.asm.md/files/Akademos_4-2018_web-compressed.pdf.

Tugarev, L. (2022). *Analiza critică a presei. Suport de curs* [online]. CEP USM. https://jurnalism.usm.md/wp-content/uploads/Tugar_analiz_czu.pdf.

Zbanț, L., Duca, V., Gaibu, N., Moțpan, C., Vîntu, O. *Capcanele gramaticale într-o traducere literară: studiu comparativ-contrastiv (în baza traducerilor operei lui Spiridon Vangheli*). https://humanities.studiamsu.md/wp-content/uploads/2025/02/18_Zbant_et_al.pdf.

Бринев, К. (2009). *Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза*. Изд-во АлтГПА / Brinev, K. (2009). *Teoreticheskaya lingvistika i sudebnaya lingvisticheskaya ekspertiza*. Izd-vo AltGPA (= Бринев/Brinev, 2009).

Виноградов, В. (1975). О категории модальности и модальных словах в русском языке. В: В. Виноградов. *Избранные труды. Исследования по русской грамматике*. Издательство «Наука» / Vinogradov, V. (1975). O kategorii modalnosti i modalnyh slovah v russkom yazyke. V: V. Vinogradov. *Izbrannye trudy. Issledovaniya po russkoj grammatike*. Izdatelstvo «Nauka» (= Виноградов/Vinogradov, 1975).

Герейбеков, С. (2019). *Имплицитные и эксплицитные средства выражения нейтрального побуждения в диалогическом дискурсе*. https://nsportal.ru/vuz/filologicheskie-nauki/library/2019/10/07/implitsitnye-i-eksplitsitnye-sredstva-vyrazheniya / Gerejbekov, C. (2019). *Implicitnye i eksplicitnye sredstva vyrazheniya nejtralnogo pobuzhdeniya v dialogicheskom diskurse*. https://nsportal.ru/vuz/filologicheskie-nauki/library/2019/10/07/implitsitnye-i-eksplitsitnye-sredstva-vyrazheniya (= Герейбеков/Gerejbekov, 2019).

Иваненко, Г. (2013). Анализ формы речевого воздействия на адресата как аспект судебного исследования экстремистского текста. *Филологические науки в 2-х частях*, 2, 4(22), 82-87 / Ivanenko, G. (2013). Analiz formy rechevogo vozdejstviya na adresata kak aspekt sudebnogo issledovaniya ekstremistskogo teksta. *Filologicheskie nauki v 2-h chastyah*, 2, 4(22), 82-87 (=Иваненко/Ivanenko, 2013).

Падучева, Е. (2014). *Модальность*. http://rusgram.ru/node/59 / Paducheva, E. (2014). *Modalnost*. http://rusgram.ru/node/59 (= Падучева/Paducheva, 2014).

Стернин, Л., Антонова, Д., Карпов, М., Шаманова, М. (2013). *Основные понятия лингвокриминалистической экспертизы*. Издательство Ярославского государственного университета / Sternin, L., Antonova, D., Karpov, M., Shamanova, M. (2013). *Osnovnye ponyatiya lingvokriminalisticheskoj ekspertizy*. Izdatelstvo Yaroslavskogo gosudarstvennogo universiteta (= Стернин/Sternin *et alii*, 2013).

Чижикова, В. (2017). *Понятие кинотекста и его виды*. https://cyberleninka.ru/ article/n/ponyatie-kinoteksta-i-ego-vidy / Chizhikova, V. (2017). *Ponyatie kinoteksta i ego vidy*. https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kinoteksta-i-ego-vidy (= Чижикова/ Chizhikova, 2017).

Шетиева, А. (2013). *Императив как объект лингвистических исследований*. https://philart.kaznu.kz/index.php/1-FIL/article/download/431/415 / Shetieva, A. (2013). *Imperativ kak obekt lingvisticheskih issledovanij*. https://philart.kaznu.kz/index.php/1-FIL/ article/ download/431/415 (= Шетиева/Shetieva, 2013).

Corpus

Eminescu, M. (2007). *Opera poetică*. Editura Guntvas.

Eminescu, M. (2020). *Frumoasa lumii*. https://www.povesti-pentru-copii.com/mihai-eminescu/frumoasa-lumii.html.

Эминеску, М. (2021). *Краса мира* (пер. А. Комаровского). https://allforchildren.ru/ft/sk_moldavia15.php#close / Eminesku, M. (2021). *Krasa mira* (per. A. Komarovskogo). https://allforchildren.ru/ft/sk_moldavia15.php#close (= M. Eminesku, *Krasa mira*).

Creangă, I. (2007). *Poveşti, povestiri, amintiri*. Editura Dacia.

Булгаков, М. (1984). *Мастер и Маргарита*. Издательство «Художественная литература» / Bulgakov, M. (1984). *Master i Margarita*. Izdatelstvo «Hudozhestvennaya literatura» (= M. Bulgakov, *Master i Margarita*).