

рию поля деонтической модальности в рекламном тексте составляют сложные слова, включающие в свой состав лексему *Not-*, лексемы *wichtig*, *richtig*, существительные *Zeit*, *Aufgaben*, *Ziel*, в которых сема облигаторности не выступает на первый план.

Маркеры деонтической модальности в текстах разных видов рекламы функционируют в разных коммуникативных типах и синтаксических структурах. Чаще всего они отмечаются в простых повествовательных конструкциях. Сложноподчиненные структуры указывают на причину, следствие или цель долженствования и отмечены наибольшей частотностью употребления в коммерческой рекламе. В ходе анализа выявлено, что простое предложение (*Die Macht des Socialwebs nicht unterschätzen du **sollst***) является базовой синтаксической структурой для построения рекламного текста, передает значение цели и следствия. Неполные и назывные предложения (*Im **Notfall***) используются в заголовках и подзаголовках и являются ключевыми словами последующего основного текста рекламы. Вопросительные (*Wie viel **müssen** die syrischen Kinder noch ertragen?*) и восклицательные (*Die Pflege, die **Sie brauchen!***) структуры с маркерами выполняют функцию побуждения реципиента к определенным действиям. В текстах выборки употребляются сложноподчиненные предложения с придаточными определительным, обстоятельственным (*условия, следствия, причины*), изъяснительным и подлежащим, которые служат для передачи информации неразрывно от главного предложения, указывают на причину, следствие или цель, могут выполнять прагматическую функцию совета.

## В. Сенчило

### СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ СОМНЕНИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ДИАЛОГОВ НЕМЕЦКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЫ НА БЕЛОРУССКИЙ ЯЗЫК

Сомнение – одно из наиболее часто испытываемых человеком состояний в повседневной жизни, которое выражается с помощью языковых средств. Его рассматривают в лингвистике и как эмоциональное состояние, выражаемое вербально, и как модальную категорию со своими эксплицитными маркерами. Учет особенностей передачи категориальной ситуации сомнения в разных лингвокультурах есть необходимое условие в организации эффективного взаимодействия коммуникантов, поскольку, наряду с универсальностью содержательного компонента модального оттенка сомнения, в каждом языке на уровне средств выражения имеется свой арсенал для его оформления. Поэтому целью работы стал анализ оформления средств, способствующих актуализации плана выражения сомнения в ситуациях диалогического общения в немецком, как языке оригинале, и эквивалентных способов в белорусском языке в аналогичных структурах при переводе.

На уровне простого предложения семантика сомнения передается, прежде всего, вопросительными структурами. Вопросы-сомнения составляют  $\frac{1}{4}$  немецкоязычной выборки, 20 % от выборки составляют цепочки

вопросов. При переводе на вторичный язык вопросительная структура всегда сохраняется: *Merken Sie denn nicht, wie Sie die kleine Angelika quälen?* = *А вы хіба не заўважаеце, як мучыце малышку Ангеліку?*, что говорит об универсальности выражения сомнения вопросом. Существование в белорусском языке в одном высказывании маркеров как сомнения, так и уверенности, чего в немецком языке не отмечается, позволяет при переводе добавлять дополнительный вопрос, напр., *Sie wären gewiss auch bereit, hundert Jahre lang sich zu kasteien und zu geißeln. Oder nicht?* = ... *і вы былі б, мабыць, гатовыя таксама сто гадоў бічаваць сябе і зняможваць сваё цела? Хіба ж бо не?*, что делает контекст более эмоциональным. В этом случае сомнению противопоставлена не уверенность и даже не полагание, а допущение: ‘я не исключаю возможности (= допускаю), но сильно в этом сомневаюсь’. Очевидно, что для оформления таких соотношений подходят не все языковые средства.

Не имеющие переводных эквивалентов немецкие частицы, выполняющие в вопросах-сомнениях прагматическую функцию, передаются в белорусском языке лексемами *хіба*, *няўжо*: *Halten Sie denn das für richtig?* = *Няўжо вы лічыце гэта правільным?* При этом немецкие структуры с модальными компонентами *vielleicht*, *ja + wohl*, *ja* претерпевают опущение данных маркеров в белорусском языке.

Таким образом, национальные картины мира формируют свои отличные по эмоциональной окраске языковые средства выражения сомнения, которые необходимо учитывать при обучении языку.

## О. Скакун

### ДИСТРИБУЦИЯ ТЕРМИНАЛЬНЫХ ТОНОВ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ВАРИАНТАХ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

(на материале шотландского и североирландского типов произношения)

В последнее время интерес лингвистов к социолингвистической проблематике придал большую актуальность проблемам территориального и социального варьирования языка. При изучении вариативности английского языка шотландский и ирландский ареалы остаются в значительной мере недостаточно изученными в плане системного описания их специфики на различных уровнях языкового анализа. Их изучение, по мнению авторитетных специалистов, позволит раскрыть как общие, так и частные закономерности языкового развития в отношении к историческому развитию общества, воссозданию истории отдельных языковых явлений, развитию языковой системы в целом.

Позиция лингвистов по отношению к шотландскому языку различна: одни считают его диалектом английского языка, другие самостоятельным языком. Англизирование местного населения происходило не через естественную языковую среду – семью – а через церковь и школу, что, в свою очередь, характеризовалось повышенной нормативностью речи и присутствием литературной нормы.