

В нем могут быть заменены как один, так и оба компонента. Ближайшим источником для замен служат синонимы битвы и победителя. Таким образом, из ряда *брань, перепалка, дело, бой* и т.п. данные лексемы могут сочетаться с такими словами, как *сокрушитель, победитель, сразитель, герой* и т.п.

В основном, кеннинги представляют собой двухчленную конструкцию типа *дом угрей* для обозначения моря, *огонь моря* для обозначения золота, *палка битвы* или *змея крови* для обозначения меча. Гораздо реже упоминаются трех- и четырехчленные кеннинги, например: *конь корабельного сарая* – это корабль, *укрывающий месяц корабля* – это щит.

В трехчленных кеннингах и более сложных конструкциях расшифровка ведется в порядке, обратном развертыванию, т.е. справа налево, а именно: *зверь моря* – корабль, *солнца зверя моря* – щиты корабля. Порядок развертывания кеннинга при переводе указывается в примечаниях. Однако не все ключевые понятия связаны между собой обратимыми связями, так как отношения между ними часто неравноправны.

Самый длинный кеннинг упоминается в саге «О Хаконе Добром»: *метатель огня вьюги ведьмы луны коня корабельных сараев*, где *конь корабельных сараев* – это корабль, *луна корабля* – щит, *ведьма щита* – копье, *вьюга копий* – битва, *огонь битвы* – меч, *метатель меча* – воин (М. И. Стеблин-Каменский, 1970).

В целом кеннинги отражают спектр образов, расшифровка которых требует понимания этнокультурной логики древних скандинавов, наличия фоновых знаний и умения выявить их устойчивую грамматическую конструкцию.

А. Мартысюк

КОНЦЕПТ “COMMUNITY” В СОВРЕМЕННОМ БРИТАНСКОМ ДИСКУРСЕ

Исследование представляет собой анализ концепта “community” в британских газетах *The Guardian* и *The Sun*. *The Sun*, имея самый большой тираж в Британии, является таблоидом и придерживается взглядов правых. *The Guardian* относится к “quality press”, будучи левоцентристской.

Было выбрано по 10 наиболее свежих новостей из каждой газеты, где встречается слово *community*, и проведен анализ значений, в которых оно употребляется.

В газете *The Sun* *community* часто употребляется в составе словосочетания *community service*, что означает ‘общественные работы’, преимущественно в статьях о новостях из жизни известных людей и т.д. В этой газете *community* используется в разных значениях: ‘исправительная школа для малолетних правонарушителей’, ‘место для общественных мероприятий’ (*community centre*, что более характерно для статей про звезд), ‘сообщество’ (социальная сеть). Однако встречались и такие значения, как ‘группа людей, проживающих на одной территории’, ‘группа людей, имеющих общие интересы, религию, расу и т.д.’.

Что касается газеты The Guardian, то тут часто можно встретить словосочетание *international community*, что обозначает группу стран в составе какого-либо сообщества.

Таким образом, *community* прежде всего употребляется в значениях ‘группа людей, проживающих на одной территории’, и ‘группа людей, имеющих общие интересы, религию, расу и т.д.’, вне зависимости от типа газеты. Очевидно, что в зависимости от ситуации и контекста это слово используется в соответствующем значении, что подчеркивает важность этого понятия для британской нации.

А. Михайлова

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭВИДЕНЦИАЛЬНЫХ МАРКЕРОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ

В современном языкознании сохраняется устойчивый интерес к исследованию *эвиденциальности* как коммуникативной категории, которая характеризуется определенным набором лексических единиц и синтаксических конструкций, указывающих на источник сведений говорящего относительно сообщаемой им ситуации, даже если источник остается неизвестным. Несмотря на некоторые расхождения в терминологии, исследователи сходятся во мнении, что существует две системы эвиденциальности: 1) *непосредственная*, или *прямая* и 2) *опосредованная* (посредническая), которая делится на два типа: *косвенная* и *инференциальная*.

Анализ 50 высказываний, содержащих маркеры эвиденциальности в публикациях таких англоязычных СМИ, как The Guardian, BBC News, HuffPost, Spectator, The Sun, New York Times, The Economist, позволил нам сделать ряд выводов. Так, для современного англоязычного публицистического текста характерно доминирование косвенного типа эвиденциальности, на которую приходится 66 % всех примеров: *Angela Merkel says she is still “curious” about what the UK actually wants* (Independent, 16.02.2018). Маркером косвенной эвиденциальности в данном случае является синтаксическая конструкция *Angela Merkel says*, которая направлена на достижение объективности представления информации за счет передачи слов конкретного источника. При этом автор статьи подчеркивает свою непричастность, отстраненность от передаваемого, ссылаясь на слова канцлера Германии. Преобладание данного типа эвиденциальности в англоязычных СМИ обусловлено одной из главных функций публицистики – информативной.

Второй по распространенности в англоязычных СМИ разновидностью эвиденциальности является *инференциальная*, на которую приходится 26 % примеров нашей выборки: *It's clearly hoping to get a much-needed breather after a year* (New York Times, 30.01.2018). Маркер *clearly* указывает на собственное умозаключение говорящего, который обнаруживает себя и свое отношение к ситуации в высказывании и создает эффект очевидности сообщаемого.

Наименее представленным в англоязычной прессе видом является *прямая* эвиденциальность с показателями выборки 8 %: *“For years I have*