

Таким образом, ценностно маркированная солидаризация, манифестированная в концепте «наше поколение», и отчуждающая генерализация, представленная в концепте «ваше поколение», оказываются важными семантико-прагматическими координатами, в рамках которых протекает межпоколенческая коммуникация

Т. В. Кorbачёва

КРИТЕРИИ ОТГРАНИЧЕНИЯ ЦИКЛОВ ОТ ИНЫХ ТИПОВ ЛЕКСИЧЕСКИХ КОНФИГУРАЦИЙ

Из всего разнообразия системных отношений, организующих лексический состав языка, к наименее исследованным относятся циклы, построенные на принципе последовательности, основанной на упорядоченности и детерминированности каждого последующего члена предыдущим. На тех же основаниях организованы такие цепочечные структуры, как степени, стадии, меры, ранги (см. Д. А. Круз), в связи с чем возникает необходимость установить критерии их разграничения.

В отличие от иных типов цепочек в циклах последовательность конститuentов не строится на степени проявления некоторого салиентного признака, т.е. нет такого признака X, из-за которого вторник ‘больше X’, чем понедельник, или февраль больше X, чем январь. Эта особенность дает возможность членам цикла объединяться в «бесконечно повторяющийся замкнутый ряд» (А. А. Шавель). Таким образом, главным критерием отграничения циклов от иных цепочечных структур является их повторяемость.

Проблема отнесения к циклам возникает, когда речь идет о делении временного континуума. Наиболее очевидными темпоральными циклами являются наименования дней недели, месяцев года, сезонов и частей суток (Д. А. Круз). К ним же следует отнести наименования положений Солнца в течение суток (рус. *восход, полдень, закат, полночь*, исп. *el amanecer, mediodía, el atardecer, medianoche*), природные демаркаторы времен года (рус. *весеннее равноденствие, летнее солнцестояние, осеннее равноденствие и зимнее солнцестояние*, исп. *equinoccio de primavera, solsticio de verano, equinoccio de otoño, solsticio de invierno*), наименования фаз Луны (*новолуние, растущая луна, полнолуние, убывающая луна*, исп. *luna nueva (novilunio), luna creciente (cuarto creciente), luna llena (plenilunio), luna menguante (cuarto menguante)*). Хотя словарные дефиниции не указывают на релятивность рассматриваемых лексических единиц, их онтологический статус определяют последовательность и повторяемость, это же демонстрируют корпусные данные. *Las bromas son lícitas desde la medianoche hasta el mediodía del 1 de abril* ‘Можно шутить от полуночи до полудня первого апреля’. *Normalmente están activas desde el atardecer hasta el amanecer* ‘Обычно активны от рассвета до заката’. *El punto de partida del cálculo es el hecho que entre el equinoccio de primavera y el solsticio de verano del mismo año ..., transcurrieron 94 días*

y medio y entre este mismo solsticio y el equinoccio de otoño posterior, transcurrieron tan solo 92 días y medio ‘Исходной точкой в расчетах является то, что между весенним равноденствием и летним солнцестоянием того же года ... прошло 94 с половиной дня, а между тем же солнцестоянием и осенним равноденствием прошлого года 92 с половиной дня’. *Ahora pensemos solamente en que <...> hoy es plenilunio, y yo necesito estar en Venecia antes del cuarto menguante* ‘Сейчас будем думать только о том, что <...> сегодня полнолуние, а в Венеции мне нужно быть прежде, чем луна начнет убывать’. *¿Cómo creció una cuarta en un instante? ¡Hoy plenilunio ya y ayer menguante!* ‘Как удалось так быстро вырасти луне? Сегодня уже полная, а еще вчера растущая!’.

Вопрос характеристики циклической структуры возникает и в том случае, когда речь идет об этапах и событиях человеческой жизни. Так, выделенный критерий не позволяет отнести к циклам наименования периодов развития живых организмов от момента их появления до смерти, что принято называть жизненным или биологическим циклом, например, *младенчество, детство, отрочество, юность, зрелость, старость*.

Последовательность и повторяемость характерна далеко не всем номинациям циклических событий человеческой жизни (термин Л. В. Путилиной). В циклические структуры объединяются наименования памятных дат, отражающие культурные и мировоззренческие представления людей (наименования религиозных и светских праздников), названия приемов пищи, каждый из которых ассоциируется с определенным промежутком суток, что фиксируется словарными дефинициями (*завтрак, обед, полдник, ужин*, в исп. *desayuno, almuerzo, merienda, cena*), последовательно сменяющиеся этапы деятельности учебного цикла (*семестр, сессия, каникулы*). Их циклическую организацию демонстрируют примеры, полученные из национальных корпусов русского и испанского языков. *<...> этот рубеж для нас был обозначен зимней сессией, потом зимними каникулами, – во втором семестре перед нами предстал совершенно иной человек. После сессии и каникул возобновились занятия, студенты и педагоги знакомятся со своим расписанием на полугодие и готовятся к урокам. <...> tenemos la mala costumbre de saltarnos el desayuno y la merienda, acumulando horas de hambre para la comida y la cena* ‘у нас есть плохая привычка пропускать завтрак и полдник, накапливая часы голода к обеду и ужину’. *Navidad, tiempo comprendido entre Nochebuena y la festividad de los Reyes Magos* ‘рождество, время между Сочельником и Праздником волхвов’. *A verde Navidad, Pascua Florida nevada* ‘Зеленому Рождеству цветущая Пасха в снегу’, *El Día de los Inocentes se encuentra exactamente equidistante entre Nochebuena y Nochevieja, entre la Navidad, el rito cristiano más importante, y el Fin de Año, el marcador entre un ciclo solar y el siguiente*. ‘День избиения младенцев располагается как раз между Сочельником и Новым годом, между Рождеством, самым главным христианским обрядом, и Новым годом, границей между солнечными циклами’.

Таким образом, циклы могут приобретать более сложные формы, что, с одной стороны, делает проблему разграничения лексических структур более сложной, а с другой – ставит перед исследователем задачу более глубоко изучить данный тип системных отношений.

И. В. Кошкина

УПОТРЕБЛЕНИЕ ИМЕН ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ
В ПРЕДЛОЖЕНИЯХ ХАРАКТЕРИЗАЦИИ
(на материале англоязычных и русскоязычных блогов)

Современная блогосфера в основном представлена интернет-дневниками, которые открыто или завуалированно рекламируют товары и услуги. К одной из разновидностей таких интернет-дневников относятся блоги о моде и стиле, использование имен прилагательных в которых представляет особый интерес.

Цель нашей работы – попытка выявить роль имени прилагательного в предложениях характеристики в интернет-коммуникации на примере постов англоязычных и русскоязычных фэшн-блогов.

Материалом исследования послужили имена прилагательные в предложениях характеристики, отобранные из постов самых известных англоязычных и русскоязычных фэшн-блогеров по версии сайтов <http://www.marieclaire.co.uk/> и <http://tuttalamoda.ru/>.

Как показало исследование, в англоязычных и русскоязычных фэшн-блогах в предложениях характеристики встречаются два типа прилагательных.

Имена прилагательные первого типа, описывая предмет одежды или фэшн-атрибут, передают впечатления автора или предоставляют нам о нем дополнительную информацию, рассказывая о тех его качествах и свойствах, которые не видны читателю на фотографии. Сами предложения легко трансформируются в конструкции с придаточной определительной: *За основу я взяла **шелковую** рубашку Massimo Dutti, а сверху надела **кожаный** сарафан Zara.* → *За основу я взяла рубашку Massimo Dutti, которая является **шелковой**, а сверху надела сарафан Zara, который является **кожаным**;* *In the picture above I combined a **simple black** dress with a turtleneck sweater.* → *In the picture above I combined a dress, which is **simple and black**, with a turtleneck sweater.*

Такой тип постов представляет собой интернет-записи, в которых блогер выкладывает собственные фотографии, комментирует выбор одежды и аксессуаров для фотосъемки, а также предоставляет читателю всю необходимую информацию об атрибуте – указывает ткань, бренд, линейку продукции и т.д. Нередко в таких блогах размещают ссылки на интернет-магазины.

Как правило, блогер создает образ обывателя, который приобретает продукт, делится своими впечатлениями, а также просит совета читателей, что в целом помогает ему расширить свою аудиторию и сформировать круг потенциальных клиентов.