

# ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 811.111

## ОЦЕНОЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ АТТРИБУТИВНЫХ СЛОВСОЧЕТАНИЙ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ, ПОСВЯЩЁННЫХ АВТОМОБИЛЬНОЙ И АВТОСПОРТИВНОЙ ТЕМАТИКЕ)

И. В. Коломин

В статье анализируются атрибутивные словосочетания, используемые в текстах средств массовой информации, посвящённых автомобильной и автоспортивной тематике. Выявлено, что в рассматриваемых текстах широко представлены атрибутивные словосочетания различные по структурным особенностям и оценочным свойствам. Установлено, что данные словосочетания играют важную роль в выражении как рациональной, так и эмоциональной оценки. Отмечена зависимость особенностей функционирования атрибутивных словосочетаний от специфики жанра публикации. Для статей о тест-драйвах характерны положительнооценочные словосочетания, подчёркивающие достоинства автомобилей, и нейтральные, характеризующие те или иные их свойства. Статьи, освещающие автоспортивные события, отличаются наличием словосочетаний с ярко выраженной эмоциональной позитивной или негативной оценочностью. Особенность текстов интервью – использование оценочных клише и словосочетаний с размытой оценкой. В материалах авторских колонок и вступительного слова редактора представлены словосочетания с однозначной, как правило рациональной, оценкой ситуации.

**Ключевые слова:** оценка, прилагательное, существительное, публицистический дискурс, жанр.

В последние десятилетия категория оценки занимает одно из центральных мест в лингвистических исследованиях. Существует огромное количество работ российских и зарубежных учёных, посвящённых изучению оценки в разных аспектах [1–7].

Повышенный интерес наблюдается к изучению особенностей выражения оценки в различных дискурсах. Как отмечает Л. Г. Смирнова, «оценочная деятельность как способ выражения говорящим своего отношения к реалиям окружающей его действительности рассматривается в научной литературе как важнейший аспект коммуникативной деятельности человека, оценка является чрез-

вычайно значимым прагматическим сигналом, который во многом организует структуру речевого акта» [8, с. 4]. Большое внимание уделяется исследованию публицистического стиля, где принцип оценочности изложения является определяющим.

### Условия и методы исследования

В данной статье анализируются публицистические тексты, посвящённые автомобильной и автоспортивной тематике. Автомобильная тематика, как и сам автомобиль, занимает всё большее место в жизни каждого человека. Выпускается огромное количество изданий, посвящённых автомобилю и автоспорту. Большинство публикуемых статей носит ярко выраженный оценочный характер.

Предметом нашего исследования являются оценочные возможности атрибутивных словосочетаний, функционирующих в анализируемых текстах.

---

© Коломин И. В., 2016.

Коломин Илья Викторович,

(kolomin@list.ru),

аспирант кафедры теплотехники

и тепловых двигателей

Самарского университета,

443086, Россия, г. Самара, Московское шоссе, 34.

Органичность атрибутивных словосочетаний для выражения оценки подчеркивается многими исследователями. Так, Ю. Н. Железняков пишет: «Как известно, предметы познаются главным образом через свои качества. Интеллективная или эмотивная оценка этих качеств, необходимо содержащаяся в речи индивида, получает воплощение в комплексах, состоящих из определяемых слов и определений. ... в составе словосочетаний даже нейтрально-оценочные лексемы могут приобретать оценочные оттенки или реализовать невостребованный ранее оценочный потенциал» [9, с. 6].

Источниками материала исследования послужили современные англоязычные печатные (журналы) и электронные (Internet) статьи, освещающие вопросы автомобильной и автоспортивной тематики. Были изучены публикации пяти печатных журналов различных выпусков: «Car and Driver», «Popular Hot Rodding», «Classic & Sports Car», «Motor Sport», «Mini World». Поиск необходимых материалов для исследования был также проведён в глобальной сети Интернет на четырех сайтах: Чемпионата мира в классе гонок Формула 1 ([www.formula1.com](http://www.formula1.com)), Немецкого кузовного чемпионата ([www.dtm.com](http://www.dtm.com)), команды Subaru (Субару), бывшей участницы Чемпионата мира по ралли ([www.swrt.com](http://www.swrt.com)), автомобильного издания «Top Gear» ([www.topgear.com](http://www.topgear.com)).

Методом сплошной выборки было извлечено более 500 примеров атрибутивных словосочетаний из 35-ти статей объёмом 155 страниц.

### Результаты и их обсуждение

В анализируемых нами публикациях широко представлены различные по структуре атрибутивные словосочетания:

а) двучленные (типа «прилагательное + существительное», «A + N») (*fantastic car; brilliant start; dead sensation*);

б) многочленные:

– «прилагательное + прилагательное + существительное», «A + A + N» (*iconic supercar manufacturer; flexible new platform*);

– «наречие + прилагательное + существительное», «Adv + A + N» (*more elegant coupe; very serious precedent; achingly beautiful Aston*);

– «прилагательное + существительное + существительное», «A + N + N» (*hooligan driving style; leather steering wheel*);

в) входящие в состав предложных конструкций (*laid-back stile of management; nine-race string of podium visits*).

В целом в исследуемом материале значительно преобладают двучленные словосочетания («A + N»), что обусловлено тяготением синтаксиса современных средств массовой информации к компрессии.

Среди рассматриваемых конструкций преобладают словосочетания с отчётливо выраженной позитивной или негативной оценкой. Нейтрально-оценочные словосочетания преимущественно представлены составными наименованиями терминологического характера типа *front suspension* [Popular Hot Rodding].

Объектом оценки прежде всего является автомобиль, а также человек, имеющий отношение к автомобилю. Аtribuтивные словосочетания служат для выражения как рациональной, так и эмоциональной оценки. Например: *a respectably roomy driving position* [Car and Driver]; *effective racers* [Classic & Sports Car]; *superb interior* [Car and Driver]; *gorgeous looks* [Car and Driver]. Названные виды оценки представлены в анализируемых текстах в равной мере.

Специфика функционирования атрибутивных словосочетаний в рассматриваемых текстах во многом определяется особенностями жанра публикации. Нами были проанализированы публикации следующих жанров: тест-драйвы, обзоры спортивных соревнований, интервью, авторские колонки и вступительное слово редактора. Проведённое исследование позволило выявить особенности функционирования оценочных атрибутивных словосочетаний в текстах названных жанров.

Следует отметить, что приведённый перечень жанров не является исчерпывающим, он лишь охватывает основную область публикуемых материалов. В данной работе не анализируются, например, рекламные материалы, размещаемые на страницах автомобильных изданий. Такие тексты, на наш взгляд, с точки зрения оценоч-

ности достаточно примитивны: «наше – это хорошо, чужое – плохо». Вместе с тем в рекламных материалах атрибутивные словосочетания используются очень активно, их особенность – гиперболизированная оценочность.

Тест-драйвы, Road Tests (описание дорожных испытаний автомобилей) представляют наибольший интерес для читателя. Статьи, относящиеся к данной группе текстов, строятся по схожему образцу: немного истории или вводной информации, описание экстерьера, интерьера и технических характеристик автомобиля, характеристика дорожных испытаний автомобиля и, в конце публикации, подведение итогов.

Для тест-драйвов характерно использование атрибутивных словосочетаний как простой, так и сложной структуры. Как показало исследование, многочленные словосочетания используются при описании экстерьера, интерьера и технических характеристик автомобиля. Употребление «длинных» атрибутивных конструкций способствует созданию у читателя ощущения неспешного знакомства с автомобилем: *electrohydraulic shift of the clutch-pedalless manual gearbox* [Car and Driver]; *shallow V12 engine [sits] amazingly low in the chassis* [Motor Sport]; *jewel-like two-tone, two-layer Veglia dials* [Motor Sport] и др. Но как только автор подходит к оценке автомобиля в движении, доминируют «короткие» (простые) атрибутивные словосочетания. Они становятся основой для раскрытия образа спортивного автомобиля: *sweet spot* [Car and Driver]; *fast driving* [Car and Driver]; *snarling stride* [Motor Sport]; *positive start* [www.top-gear.com] и другие.

Особенность тест-драйвов – значительное преобладание в них атрибутивных словосочетаний с очевидно положительной оценкой. Словосочетания с отрицательной оценкой используются крайне редко. Например, при характеристике качеств моделей прежних лет, на смену которым пришли усовершенствованные модели: *archaic platform* [Car and Driver]. Словосочетания с нейтральной оценкой представлены ограниченно. Как правило, это клишированные словосочетания терминологического характера: *rear lights* [Mini World]; *road car*

[Classic & Sports Car]; *cornering loads* [Car and Driver]; *front suspension* [Popular Hot Rodding].

Положительнооценочные словосочетания содержат как общую, так и частную оценку. Словосочетания с общеоценочными прилагательными отражают восхищение автора автомобилем и служат средством воздействия на эмоциональную сферу читателей. Например: *incredible car* [Car and Driver]; *great car* [Classic & Sports Car]; *gorgeous, race-proven 250GT SWB* [Classic & Sports Car]; *plush, leather-topped dash* [Motor Sport]; *lovely leather steering wheel* [Car and Driver]. Значительно чаще журналисты используют словосочетания с частнооценочными прилагательными, позволяющими разносторонне охарактеризовать автомобиль. Например: *comfortable driving position* [Motor Sport]; *springly clutch* [Motor Sport]; *less visually aggressive [and] more elegant coupe* [Car and Driver]; *slimmed-down dash* [Car and Driver].

Обращает на себя внимание активное использование в тест-драйвах положительнооценочных словосочетаний с параметрическими прилагательными. Прилагательные *huge, big, large, sweeping* и другие в сочетании с существительными становятся выразителями положительной оценки, характеризующими достоинства того или иного автомобиля. Например: *huge wheels* [Car and Driver]; *big 19-inch wheels* [Car and Driver]; *enlarged outlets* [Car and Driver]; *large, three-spoke wheel* [Motor Sport]; *a sweeping central band of bamboo timber* [Car and Driver].

Тексты, в которых проводится обзор прошедших спортивных событий (Reviews), как правило, эмоциональны, оценочны. Н. А. Пром утверждает, что жанр репортажа предполагает обязательное наличие авторской субъективной оценки: «Современный газетный спортивный репортаж имеет целью не только информировать о соревновательных мероприятиях, но и предоставить к ним комментарий. Анализ события подразумевает реализацию точки зрения автора, его оценку спортивных событий, формирование мнения читателя и эмоциональное воздействие на него» [10, с. 21].

Проведённый анализ статей, в которых освещаются события из мира авто-

спорта, позволил выявить преимущественное употребление в них простых атрибутивных конструкций «А + N» (75 %) с ярко выраженной оценкой происходящего, тогда как многосложные атрибутивные словосочетания и словосочетания с нейтральной оценочностью используются очень редко.

Широко используются словосочетания, содержащие общеоценочные прилагательные с положительной коннотацией. Такие прилагательные, по свидетельству Е. М. Вольф, содержат в своём значении аффективность: «В семантике этих слов оценка сочетается с интенсификацией, а эмотивный аспект значения (ориентированность на субъект) выступает на первый план» [3, с. 43]. Приведём примеры: *super show* [Popular Hot Rodding]; *superb performance* [www.formula1.com]; *glorious days* [Popular Hot Rodding]; *brilliant start* [www.formula1.com]; *great comeback* [www.formula1.com]; *fantastic car* [Car and Driver].

Негативная оценка, как правило, выражается существительным, прилагательные лишь усиливают её. Например: *total confusion [as a deluge]* [www.formula1.com]; *merciless heat* [www.formula1.com]; *bad, bad damage* [Car and Driver]; *continuing understeer* [Car and Driver].

В текстах интервью (Stories) в основном употребляются «простые» атрибутивные конструкции, свойственные разговорной (спонтанной) речи. Чаще всего это клишированные конструкции, способствующие быстроте передачи информации. Как правило, используемые в интервью клише оценочны. Нередко они выражают положительную или отрицательную оценку однозначно: *good use* [Motor Sport]; *an extraordinary man* [Motor Sport]; *huge strength of character* [Motor Sport]; *closest friend* [Motor Sport]; *right direction* [Motor Sport]; *terrible accident* [Motor Sport]; *worst enemy* [Motor Sport] и другие. Вместе с тем исследование позволило отметить такую особенность текстов интервью, как «размытость» оценки, выражаемой атрибутивными сочетаниями. Обсуждаемый материал по-разному воспринимается как участниками беседы, так и читателем. Характер оценки зависит от индивидуальных особенностей

каждого человека, его видения ситуации, согласием или несогласием с высказанной точкой зрения. Например: *palpable difference* [Motor Sport]; *free hand* [Motor Sport]; *fast-moving environment* [Motor Sport]; *frenetic world* [Motor Sport]; *astonishingly small* [Motor Sport].

Сложные варианты атрибутивных словосочетаний в текстах интервью содержатся редко. Они встречаются в основном в авторских отступлениях (чаще при представлении автором своего собеседника) и отличаются яркой экспрессией. Так, в самом начале интервью с Дэвидом Ричардсом (известным в мире автоспорта человеком, владельцем разнопрофильных активов) автор уважительно характеризует своего собеседника при помощи многочленного атрибутивного словосочетания: *multi-faceted motorsports tycoon* [Motor Sport]. Далее автор поясняет значение словосочетания *motorsports tycoon*, разворачивая его в сложную конструкцию с двумя атрибутивами в превосходной степени сравнения в первой части: *[David Richards controls] one of the largest, and most versatile, motorsports companies [in the world. And] an iconic supercar manufacturer* [Motor Sport].

Такие жанры, как авторские колонки автомобильных журналов, а также вступительное слово редактора предполагают ярко выраженную авторскую позицию. В текстах такого рода широко представлены всевозможные атрибутивные конструкции с однозначной оценкой обсуждаемого материала. Например, редактор журнала «Motor Sport» в качестве основной выбрал тему шпионского скандала (промышленного шпионажа) в Формуле 1. В тексте статьи «The greater good» автор благодаря использованию атрибутивных словосочетаний горячо поддерживает одних участников события: *[not by] specific accusations [that can be] robustly defended, [but by] inferred associations* [Motor Sport]; *entirely innocent* [Motor Sport]; *rightly part of life at the cutting edge* [Motor Sport] и жёстко критикует других: *illicit information* [Motor Sport]; *short-term performance advantage* [Motor Sport]; *illegal advantage at the direct expense of another* [Motor Sport].

Для современной публицистики характерна тенденция к жанровому синкретизму. Нередко анализируемые тексты представляют собой комбинацию элементов различных жанров: тест-драйвов, интервью, обзора спортивных событий. В таком случае наблюдается наиболее широкое употребление различных типов атрибутивных конструкций.

### Заключение

Проанализировав большое разнообразие текстов статей печатных и электронных источников, посвящённых автомобильной и автоспортивной тематике, мы пришли к выводу, что атрибутивные словосочетания играют важную роль в формировании оценки излагаемого материала. Журналисты используют разнообразные структурные варианты атрибутивных конструкций, однако в связи с тяготением синтаксиса современных средств массовой информации к компрессии предпочтительными оказываются двусоставные атрибутивные словосочетания «А + N». Оценочность изложения во многом определяется жанром публикации. Для статей о тест-драйвах характерны положительнооценочные словосочетания, подчёркивающие достоинства автомобилей, и нейтральные, характеризующие те или иные их свойства, причём словосочетания, содержащие нейтрально-оценочные лексемы, в контексте нередко становятся оценочными. Статьи, освещающие автоспортивные события, отличает наличие словосочетаний с ярко выраженной эмоциональной позитивной или негативной оценочностью. Особенность текстов интервью – использование оценочных клише и словосочетаний с размытой оценкой, представляющих читателю возможность собственной интерпретации информации. В материалах авторских колонок и вступительного слова редактора представлены словосочетания с однозначной, как правило рациональной, оценкой ситуации.

Перспективой исследования может стать изучение неязыковых факторов, позволяющих автору давать положительную

или отрицательную оценку тому или иному явлению. Также неизученным является вопрос о степени оценочности материала в интернет-текстах в сравнении с печатными источниками. Определённый интерес могут представлять особенности перевода рассматриваемых атрибутивных словосочетаний на русский язык.

### Литература

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
2. Ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация. М.: ЛИБРОКОМ, 2015. 320 с.
3. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М.: Едиториал УРСС, 2002. 280 с.
4. Ильина Н. В. Структура и функционирование оценочных конструкций в современном английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1984. 18 с.
5. Маркелова Т. В. Прагматика и семантика средств выражения оценки в русском языке. М.: МГУП имени Ивана Фёдорова, 2013. 300 с.
6. Серль Дж. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1986. Вып. 17. С. 170–195.
7. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М.: Наука, 1986. 143 с.
8. Смирнова Л. Г. Лексика русского языка с оценочным компонентом значения: системный и функциональный аспекты: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Смоленск, 2013. 50 с.
9. Железняков Ю. Н. Оценочный потенциал атрибутивных антропоцентрических словосочетаний типа «прилагательное + существительное» в английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород, 1993. 18 с.
10. Пром Н. А. Экстралингвистические факторы влияния на коммуникативную специфику газетного спортивного репортажа // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 361. С. 21–25.

## ESTIMATIVE OPPORTUNITIES OF ATTRIBUTIVE WORD-COMBINATIONS (IN THE CARS AND MOTOR SPORTS MASS-MEDIA PUBLICATIONS)

I. V. Kolomin

The article analyzes attributive word-combinations used in the cars and motorsports mass-media publications. It was noticed that different structural features and properties evaluation in these texts are widely represented by attributive phrases. It was found that these word-combinations are important in terms of both rational and emotional estimation. There was a functional dependence of the attributive word-combinations on the specifics of the genre publication. For Road Tests articles positive estimative phrases are more common, which emphasize the advantages of cars and neutral which characterize different properties. Reviews about motorsport events distinguished by the phrases with a strong emotional positive or negative estimate. Stories (interview) feature is in using of estimates clichés and phrases with indistinct evaluation. The editorial and the author's column materials are presented with unambiguous phrases of rational assessment of the situation.

**Key words:** estimate, adjective, noun, the journalistic discourse, genre.

*Статья поступила в редакцию 09.09.2016 г.*