ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

 «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**Средства выражения оценки в отзывах о товаре**

**(на материале журнала "Test")**

основная образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 45.03.02 «Лингвистика»

Исполнитель:

Обучающийся 4 курса

Образовательной программы

 «Иностранные языки»

Профиль «Немецкий язык»

очной формы обучения

Сащенко Елизавета Андреевна

Научный руководитель:

 к.ф.н., доц. Бирр-Цуркан Л.Ф.

Рецензент:

к.ф.н., доц. Манерова К.В.

 Санкт-Петербург

2018

**Содержание**

[1. Понятие языковой оценки 8](#_Toc514271621)

[1.1 Оценка как функция языка 9](#_Toc514271622)

[1.2 Оценка как субъектно-модальное значение 9](#_Toc514271623)

[1.3 Оценка как прагматическое значение 11](#_Toc514271624)

[2. Компоненты языковой оценки 13](#_Toc514271625)

[2.1 Субъект оценки 14](#_Toc514271626)

[2.2 Объект оценки 15](#_Toc514271627)

[2.3 Оценочный предикат 16](#_Toc514271628)

[3. Классификация языковой оценки 18](#_Toc514271629)

[3.1 Положительная и отрицательная оценка 18](#_Toc514271630)

[3.2 Абсолютная и сравнительная оценка 19](#_Toc514271631)

[3.3 Рациональная и эмоциональная оценка 20](#_Toc514271632)

[3.4 Общая и частная оценка 20](#_Toc514271633)

[Глава 2 25](#_Toc514271634)

[Средства языкового выражения оценки 25](#_Toc514271635)

[1. Положительная и отрицательная оценка 27](#_Toc514271636)

[Положительная оценка 27](#_Toc514271637)

[Лексические средства 27](#_Toc514271638)

[1. Прилагательные и наречия 27](#_Toc514271639)

[2. Глаголы 33](#_Toc514271640)

[3. Существительные 35](#_Toc514271641)

[Отрицательная оценка 41](#_Toc514271642)

[Лексические средства 41](#_Toc514271643)

[1. Прилагательные, наречия и причастия 41](#_Toc514271644)

[2. Существительные 44](#_Toc514271645)

[3. Глаголы 46](#_Toc514271646)

[Выводы 2 49](#_Toc514271647)

[2. Абсолютная и сравнительная оценки 50](#_Toc514271648)

[Абсолютная оценка 50](#_Toc514271649)

[Лексические средства 50](#_Toc514271650)

[1. Прилагательные, наречия и причастия 50](#_Toc514271651)

[2. Глаголы 51](#_Toc514271652)

[3. Существительные 54](#_Toc514271653)

[Сравнительная оценка 55](#_Toc514271654)

[Лексические средства 55](#_Toc514271655)

[1. Прилагательные, наречия и причастия 55](#_Toc514271656)

[2. Глаголы 57](#_Toc514271657)

[3. Существительные 59](#_Toc514271658)

[Особые синтаксические средства 60](#_Toc514271659)

[Сравнения 60](#_Toc514271660)

[Выводы 3 61](#_Toc514271661)

[3. Общая и частная оценка 63](#_Toc514271662)

[Общая оценка 63](#_Toc514271663)

[Частная оценка 64](#_Toc514271664)

[Выводы 4 67](#_Toc514271665)

[Синтаксические средства 68](#_Toc514271666)

[1. Эмфаза 68](#_Toc514271667)

[2. Эллипсис 70](#_Toc514271668)

[3. Вопросно-ответные структуры 72](#_Toc514271669)

[Выводы 5 73](#_Toc514271670)

[Заключение 74](#_Toc514271671)

[Список использованной литературы 76](#_Toc514271672)

[Приложение 81](#_Toc514271673)

**Введение**

Настоящая работа посвящена изучению языковых средств выражения оценки в отзывах о товаре на материале журнала «Test».

Языковая оценка изучается в рамках различных дисциплин, в каждой из которых существует свой подход к определению этого явления. Оценочные значения в языке является предметом изучения таких ученых как: И.Н. Худяков, Н.Д. Арутюнова, Е.Ю. Выгузова, В. Н. Телия, А.А. Ивин, Е.М. Вольф, Т.В. Маркелова и другие.

Необходимость изучения языкового явления оценки обосновывается тем, что значение оценки выражается в любом естественном языке, а также во всех функциональных стилях, соответственно, оценку можно называть универсальной языковой категорией.

**Целью** настоящей работы является исследование лексических и грамматических средств выражения оценки в отзывах о товаре на материале рубрик журнала «Test» за 2016 год. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. дать определение понятию языковой оценки;
2. рассмотреть компоненты оценочной структуры;
3. проанализировать классификации оценочных значений;
4. исследовать лексические и синтаксические средства выражения следующих типов оценки:
	* положительная и отрицательная,
	* абсолютная и сравнительная,
	* общая и частная.
5. сравнить лексические и синтаксические средства выражения оценки в двух рубриках журнала «Test»: «Technik» и «Ernährung und Kosmetik».

**Методы** исследования:

* сравнительный анализ,
* семантический анализ,
* синтаксический анализ.

**Объектом** исследования настоящей работы является языковая оценка.

**Предмет** исследования – лексические и грамматические средства выражения языковой оценки.

**Материалом** исследования послужили рубрики «Ernährung und Kosmetik» и «Technik» двух выпусков журнала «Test» за 2016 год. Источниками примеров стали 20 статей различного объема, из которых выделено 205 текстовых извлечений.

Журнал «Test» является официальным изданием организации «Stiftung Warentest», созданной с целью оказания помощи потребителям, путем предоставления объективной информации о различных товарах и услугах. Издание позиционирует себя как независимое и свободное от рекламы. Заключение о качестве товаров и услуг основано на результатах проведенных исследований, а также на сопоставительном анализе товаров одной категории, но различных производителей.

На основании испытаний товару присуждается оценка: *mangelhaft, ausreichend, befriedigend, gut, sehr gut.* Результаты тестирования публикуются в журнале, таким образом статьи представляют собой развернутый отзыв о товарах или услугах. Оценки и выводы, к которым приходят авторы по итогам испытания качества товаров, часто представляются в виде развернутого описания, снабженного наглядной таблицей.

**Актуальность настоящей работы: несмотря на то, что языковая оценка широко исследована в рамках лингвистики, до сих пор остаются спорные вопросы относительно этого явления.**

**Особый интерес представляет материал, выбранный для исследования. В настоящее время распространены различные печатные издания, публикующие отзывы о товарах, к тому же тексты данного жанра широко представлены в интернет-коммуникации. Отзывы о товарах наряду с рекламой являются одним из важнейших способов оказания влияния на потенциального покупателя и побуждения его к приобретению определенного товара, в рамках этих текстов оценка выступает в качестве основного средства воздействия на потребителя.**

**Структура работы – настоящая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения. В ведении раскрывается тема работы, определяются цели и задачи, говорится об актуальности и методах исследования, дается информация об источнике практического материала. Первая глава содержит теоретические основы исследования, включающие обзор понимания явления оценки в рамках различных дисциплин, описание компонентов оценочной структуры и анализ классификаций оценочных значений. Вторая глава посвящена исследованию лексических и синтаксических средств выражения оценочного значения на примере практического материала. В заключении представлены выводы и результаты работы. Приложение содержит все примеры оценочных структур, обнаруженные на материале исследования.**

**Глава 1**

1. Понятие языковой оценки

Феномен оценки интересовал философов, логиков, психологов и лингвистов. Языковая оценка изучается в рамках различных дисциплин, в каждой из которых существует свой подход к определению этого явления.

Наибольшее внимание явление оценки привлекало философов, что привело к выделению в конце 20 века аксиологии как отдельной дисциплины в составе философии. «Аксиология (от греч. axia — ценность и logos — учение) — филос. дисциплина, исследующая категорию «ценность», характеристики, структуры и иерархии ценностного мира, способы его познания и его онтологический статус, а также природу и специфику ценностных суждений».[[1]](#footnote-1)

Благодаря тому, что аксиология получила статус отдельной дисциплины, явлению оценки стало уделяться больше внимания. В рамках лингвистики изучаются аксиологические значения и их языковые средства выражения – оценка теперь осознавалась как самостоятельная категория языка, с присущими только ей значениями и «формально-репрезентационными особенностями».[[2]](#footnote-2)

Значение оценки выражается в любом естественном языке, а также во всех функциональных стилях, соответственно, оценку можно называть универсальной языковой категорией. Е.Ю. Выгузова считает, что «существование в языке целого ряда единиц, выражающих оценочную семантику, свидетельствует о важности исследования, без учета которой многие языковые явления оказываются неполнозначными»[[3]](#footnote-3). Однако разнообразие средств выражения оценки (интонационные, морфологические, синтаксические, лексические и др.), а также высокая степень субъективности и контекстной обусловленности осложняют её изучение.

Единого определения оценки в лингвистике не существует.

Наиболее распространены следующие трактовки оценки:

1. оценка как одна из «изначальных» функций языка,
2. оценка как субъектно-модальное значение,
3. оценка как прагматическое значение.[[4]](#footnote-4)

Рассмотрим подробнее каждое из этих пониманий языковой оценки.

* 1. Оценка как функция языка

Двумя основополагающими функциями языка принято считать коммуникативную и познавательную (когнитивную). В рамках каждой из этих функций выделяют дополнительные функции. Так, оценочную функцию языка принято считать видом когнитивной функции, основываясь на том, что приписывание объекту действительности определенной оценки является мыслительным процессом.[[5]](#footnote-5) Таким образом, одним из видов когнитивной функции языка выступает приписывание оценки определенному объекту.

Помимо аксиологической функции к подвидам когнитивной относятся: номинативная функция, функция обобщения, предикативная функция.[[6]](#footnote-6)

* 1. Оценка как субъектно-модальное значение

Аксиологическое значение часто противопоставляют дескриптивному, то есть фактуальной информации, которая является отражением материального мира в языке. Такое суждение можно встретить у А.А. Ивина: «*Дескриптивное*, или *описывающее,* рассуждение (называемое также «информативным», «фактическим», «познавательным», «индикативным» и т.п.) противопоставляется при этом *оценочному* рассуждению».[[7]](#footnote-7) Подобного мнения придерживается и Н.Д. Арутюнова: «Оценочное значение противостоит дескриптивной семантике, фиксирующей воспринимаемые человеком черты объективного мира».

Несмотря на то, что оценочное значение не является отражением предметов и явлений реального мира, оно все же связано с ними, поэтому важно отличать аксиологическое значение от значения экспрессивного. «Оно [оценочное значение – прим. Е.С.] отлично и от тех предикатов, которые обозначают свойства невидимых миров – психического и физического»[[8]](#footnote-8) - от предикатов, выражающих экспрессивное значение. Оценка представляет собой один из видов «модальностей, которые накладываются на дескриптивное содержание языкового выражения».[[9]](#footnote-9) Это доказывается тем, что оценка служит для выражения отношения «между действительным миром и его идеализированной моделью, сам факт наличия или отсутствия соответствия между этими мирами, отражение одного в другом».[[10]](#footnote-10) Собственно оценочное значение, входящее в модальную рамку, сочетается с дескриптивным, которое выражено в пропозициональных структурах.[[11]](#footnote-11)

Данное утверждение кажется наиболее убедительным. Любая оценка предполагает наличие элемента сопоставления объекта оценки (части реального мира) с определенным идеализированным представлением говорящего об этом предмете и/или явлении, и таким образом, действительно выражает отношения и, следовательно, может считаться модальным значением.

* 1. Оценка как прагматическое значение

Аксиологическое значение относят к значениям, которые имеют прагматический характер. Н.Д. Арутюнова называет оценку «ярким представителем прагматического значения».

Под прагматическим значением в лингвистике понимается «то значение, которое слово (или высказывание) приобретает в ситуации речи». Наибольшую контекстную зависимость обнаруживают недескриптивные слова, к которым относят логические связки, кванторы, дейктические и личные местоимения и наречия, модальные частицы, перформативы, пропозициональные глаголы (глаголы пропозиционального отношения, или установки), наречия, морфологические показатели времени и места, а также оценочные предикаты.[[12]](#footnote-12)

В 20 веке в рамках прагматики была разработана теория речевых актов. Дж.Р. Сёрл, занимавшийся разработкой этой теории, выделяет следующие речевые акты:

* акт произнесения (англ. utterance act);
* пропозициональный акт, осуществляющий референцию и предикацию;
* иллокутивный акт, реализующий целеустановку говорящего.[[13]](#footnote-13)

Согласно данной теории, оценка относится к иллокутивным актам. Иллокутивный акт понимается как акт осуществления одной из языковых функций (вопроса, оценки, приказа и т.п.),[[14]](#footnote-14) или как компонент смысла высказывания, отражающий интенцию говорящего. «Смысловая специфика оценки объясняется через коммуникативные цели соответствующих речевых актов».[[15]](#footnote-15) Таким образом, называя аксиологическое значение прагматическим, подчеркивают, что спецификой оценки является интенция говорящего, которая и заключается в выражении этой оценки. Эту особую цель Дж.Р. Сёрль, который подробно занимался изучением иллокутивных речевых актов, сформулировал следующим образом: «цель оценочных высказываний состоит не в том, чтобы описывать мир, а в том, чтобы выражать эмоции и отношения, хвалить или ругать, льстить или оскорблять, рекомендовать или советовать, отдавать приказы или руководить и т.п.» (Searle, 1976, p. 183)[[16]](#footnote-16)

Дж.Р. Сёрль подчеркивает, что в случае иллокутивного акта (к которым и принадлежит оценка) говорящий выражает отношение, позицию и т.п. к пропозициональному содержанию.[[17]](#footnote-17) Выражение отношения продуцентом происходит посредством накладывания определенного «модуса».

Как видно из приведённых выше суждений, один из аспектов прагматического значения оценки заключается в выражении отношения. Из этого следует, что понимание аксиологического значения как прагматического не противоречит определению оценки как вида модальности. В настоящей работе принято решение придерживаться данного понимания оценки.

1. Компоненты языковой оценки

 Структуру языковой оценки принято разделять на определенные составляющие — так называемые компоненты оценки. Среди них выделяют следующие элементы:

1. субъект оценки — тот, кто оценивает;
2. объект оценки — предмет или явление внешнего мира, который оценивает субъект оценки;
3. оценочный предикат (или оценочное отношение) — та оценочная характеристика, которая приписывается объекту оценки.

Е.М. Вольф предлагает представить оценочную модальность в виде следующей формулы: «A r B, где А представляет субъект оценки, В ее объект, а r оценочное отношение, которое имеет значение «хорошо/плохо».[[18]](#footnote-18)

Интерпретация каждого из компонентов оценки контекстуально обусловлена. Подобного мнения придерживается Т.В. Маркелова: «Система компонентов оценочного значения и ее репрезентация в высказывании зависит от взаимоотношений со «средой», с контекстом, речевой ситуацией, социальной обусловленностью употребления, а также от сложной взаимосвязи их друг с другом и средств выражения каждого компонента».[[19]](#footnote-19) Е.М. Вольф утверждает: «оценочная модальность определяется высказыванием в целом, а не отдельными его элементами, и является компонентом высказывания». [[20]](#footnote-20)

Рассмотрим подробнее каждый из названных компонентов оценочного значения.

* 1. Субъект оценки

Субъект оценки является одним из основных компонентов оценочной модальности и представляет собой человека, лицо или лица, которое(ые) оценивает(ют) тот или иной объект действительности (объект оценки).

Лингвисты считают, что явления прагматической направленности, к которым относится оценка, особенно тесно связаны с фактором говорящего и адресата[[21]](#footnote-21). Е.Ю. Выгузова подчеркивает, что оценка является, прежде всего, языковым явлением, «специфика функционирования которого проявляется в индивидуальном выборе оценочных средств»[[22]](#footnote-22), из чего следует, что фактор говорящего играет важную роль при выражении аксиологического значения. «Феномен оценки заключается в разнообразных логических или эмоциональных реакциях человека на познаваемую действительность, возникающих при сравнении ее с идеализированной моделью мира»,[[23]](#footnote-23) которая индивидуальна, поэтому шкала оценивания у разных людей будет отличаться.

Доказывая значимость субъекта оценки в структуре оценочной модальности, Н.Д. Арутюнова ссылается на мнение Ч.Л. Стивенсона, который писал, что «значение не может быть совершенно оторвано от психологического состояния говорящего. Ч.Л. Стивенсон считал, что дескриптивное значение соответствует когнитивному состоянию психики, если же состояние субъекта речи эмотивно или выражает некоторое отношение (attitude), то можно говорить о динамическом употреблении языка. Оценочные слова соотносительны с этим последним.[[24]](#footnote-24)

* 1. Объект оценки

Объектом оценки выступает предмет или явление, которое оценивается субъектом. Соответственно, объект оценки имеет непосредственное выражение в реальном мире.

Свойства предмета могут служить мотивом для выражения положительной или отрицательной оценки субъектом. Мотивами, по мнению Н.Д. Арутюновой, могут быть самые различные свойства объекта. Однако мотив оценки не равнозначен причине оценки. Это объясняется субъективностью оценки. Одни и те же свойства предмета, наблюдаемые двумя людьми, могут послужить мотивом выражения ими разной оценки – вплоть до прямо противоположной.

«Для того, чтобы оценить объект, человек должен «пропустить» его через себя: природа оценки отвечает природе человека».[[25]](#footnote-25) Аналогичное суждение о субъективном характере оценочного значения можно найти в работе Е.М. Вольф: «Важнейшей особенностью оценки является то, что в ней всегда присутствует субъективный фактор, взаимодействующий с объективным».[[26]](#footnote-26) Таким образом, вновь подчеркивается субъективность как одно из основных свойств аксиологического значения.

По мнению лингвистов парадокс оценки заключается в ее сложном отношении с внешним миром - «аксиологические концепты (ценности) в одно и то же время зависят от внешнего мира и независимы от него».[[27]](#footnote-27)

Субъективный и объективный компоненты оценки выступают в тесной связи друг с другом: «субъективный компонент предполагает положительное и отрицательное отношение субъекта оценки к ее объекту (иногда его представляют в виде отношений «нравиться/не нравиться», «ценить/ не ценить», «одобрять/ не одобрять» и т.п.), в то время как объективный (дескриптивный, признаковый) компонент оценки ориентируется на собственные свойства предметов или явлений, на основе которых выносится оценка».[[28]](#footnote-28)

«Семантический анализ оценочных структур позволяет определить, что субъективный и объективный факторы неразрывно связаны и взаимообусловлены».[[29]](#footnote-29)

* 1. Оценочный предикат

Для каждого объекта оценки (предмета, состояния, явления) существует ряд потенциальных оценочных характеристик, набор которых обоснован особенностями этого объекта. Эти характеристики выражаются вербально в форме предикации. Таким образом, оценочный предикат представляет собой аксиологическую характеристику, которую субъект дает объекту оценки, основываясь на (индивидуальном) представлении о ценностях.[[30]](#footnote-30) Этот предикат выступает как неотъемлемый компонент оценки и является основным отличительным признаком аксиологических значений от других типов языковых значений. «Очевидно, что оценочная шкала является одним из наиболее сложных имплицитных элементов структуры оценки. Она имеет динамичный характер и выступает как дифференцирующий компонент для всех оценочных высказываний».[[31]](#footnote-31)

Оценочный предикат в естественном языке может быть выражен самым различным образом: интонационно, морфологически, лексически, синтаксически, так и семантикой высказывания в целом.

«Для того, чтобы интерпретировать оценочные предикаты, и в особенности предикаты общей оценки (*хороший* и *плохой*), нужна информация, относящаяся практически ко всем компонентам контекста»[[32]](#footnote-32) - в этом заключается такое неотъемлемое свойство оценки как высокая степень зависимости от контекста. Под компонентами контекста Н.Д. Арутюнова понимает следующие элементы: характеризуемые объекты действительности, время, а также нормы, принятые в том или ином обществе.

1. Классификация языковой оценки

Как уже было упомянуто ранее, явление языковой оценки является неоднозначным и существует множество подходов к его изучению. Разнообразие методов исследования, а также разносторонность аспектов оценки послужили основанием для создания множества классификаций. В этом параграфе мы рассмотрим некоторые из них.

* 1. Положительная и отрицательная оценка

Противопоставление положительной и отрицательной оценки является базовой оценочной оппозицией.[[33]](#footnote-33) Эти виды оценки наиболее тесно связаны с субъективным фактором говорящего и выделяются на основании так называемой аксиологической интерпретации – то есть расположение говорящим оцениваемого объекта на шкале ценностей.[[34]](#footnote-34) Оценки данных типов выражают, как субъект относится к объекту оценки, как оценивает качества предмета или явления относительно шкалы идеальных представлений.[[35]](#footnote-35)

Сравнивая с определенным идеальным представлением об объекте оценки, говорящий характеризует его относительно нормы. Интересно, что «оценка «хорошо» может означать как соответствие норме, так и превышение ее, в то время как оценка «плохо» всегда означает отклонение от нормы».[[36]](#footnote-36) «Особенностью оценки в естественном языке является асимметрия между положительной и отрицательной зонами «хорошо/плохо».[[37]](#footnote-37)

Таким образом, положительная оценка означает соответствие предмета идеальным представлениям говорящего о нем, предмет определяется как «хороший» и отвечающий норме. Если же субъект дает отрицательную характеристику объекту оценки, в таком случае предмет, по мнению говорящего, не соответствует идеалу.

* 1. Абсолютная и сравнительная оценка

В зависимости от способа оценивания объектов действительности выделяют абсолютную и сравнительную оценку. [[38]](#footnote-38) Особенностью абсолютной оценки является следующее: говорящим оценивается, как правило, только один объект. Сравнение с другими объектами, или же другими состояниями данного объекта, в абсолютных оценочных структурах эксплицитно не выражено. Абсолютной оценке противопоставлена сравнительная, которая предполагает эксплицитное сравнение объектов друг с другом.[[39]](#footnote-39)

«Иными словами, абсолютная оценка содержит имплицитное сравнение, основанное на общности социальных стереотипов, в то время как сравнительная оценка основана на сопоставлении объектов друг с другом».[[40]](#footnote-40)

В структуре сравнительной оценки сравнение эксплицитно – «в модальную рамку включается дополнительные элементы – то, с чем сравнивается, признак, по которому дается сравнение, мотивировки сравнения и т.п.»[[41]](#footnote-41)

3.3 Рациональная и эмоциональная оценка

Любая оценка может быть выражена как эмоционально-нейтральными, так и эмоционально-окрашенными языковыми средствами. На основании наличия или отсутствия эмотивного компонента в структуре аксиологического высказывания разграничивают такие виды оценки как рациональная (логическая) и эмоциональная (иррациональная).[[42]](#footnote-42) По мнению Е.М. Вольф разделение чисто эмоционального и чисто рационального в языке можно считать довольно условным.[[43]](#footnote-43) Несмотря на этот факт, в лингвистике принято разграничивать рациональную оценку и эмоциональную. Основанием для этого служит отличие средств выражения этих видов аксиологического значения в языке. Так, эмоциональная оценка, вызванная непосредственной реакцией говорящего на объект, выражается экспрессивно, в то время как рациональной оценке экспрессивность не свойственна.

Ср.: *Я считаю, что это хорошо* и *Хорошо!*; *По всеобщему мнению, он поступил плохо* и *Негодяй!* и т.п[[44]](#footnote-44).

К средствам выражения эмоциональной оценки можно отнести: интонацию, экспрессивные синтаксические конструкции (риторические вопросы, восклицания, эмфазу и т.п), использование частиц и т.д.

3.4 Общая и частная оценка

На основании концептуального анализа оценочных предикатов Н.Д. Арутюнова выделяет два основных вида аксиологических значений: общеоценочные и частнооценочные. «Первый тип реализуется прилагательными *хороший* и *плохой*, а также их синонимами с разными стилистическими и экспрессивными оттенками (*прекрасный, превосходный, великолепный, отличный, замечательный, скверный, нехороший, дурной, поганый, худой* и др).»[[45]](#footnote-45) Данные прилагательные, согласно Н.Д Арутюновой, служат для выражения общей оценки.

Частнооценочные значения не характеризуют предмет в общем, а «дают оценку одному из аспектов объекта с определенной точки зрения».[[46]](#footnote-46)

При выделении видов частной оценки Н.Д. Арутюнова опирается на классификацию, предложенную Г. фон Вригтом в 1963 году. Г. фон Вригт выделяет следующие типы частнооценочных значений:

* инструментальная оценка — *хороший нож, хорошая ищейка*;
* техническая оценка (оценка мастерства) — *хороший администратор, плохой специалист*;
* оценка благоприятствования — *плохой (вредный) для здоровья*;
* утилитарные оценки — *хороший совет, плохой план, хорошая возможность*;
* медицинские оценки (характеризуют органы и психические особенности) — *хороший обед, хороший вкус, хорошая шутка*.[[47]](#footnote-47)

Данная классификация является неоднозначной, так как не всегда можно четко определить, к какому из типов частнооценочных значений относится конкретный оценочный предикат. Так, например, в предложении «*Для меня это хорошая возможность» —* оценочный предикат можно отнести как к утилитарным оценкам, так и к оценкам благоприятствования. Также неясным остается, к какому типу оценочных предикатов отнести такие оценки как: *красивое ожерелье, порочный человек* и др.[[48]](#footnote-48)

Н.Д. Арутюнова дополняет созданную Вригтом классификацию и в рамках частной оценки выделяет следующие значения:

1. сенсорно-вкусовые – *вкусный, приятный, привлекательный, душистый*
2. психологические оценки – *интересный, увлекательный, банальный*
3. эстетические – *красивый, прекрасный*
4. этические – основаны на соответствии нормам – *моральный, добрый, порочный*
5. утилитарные – *полезный, вредный*
6. нормативные – *правильные, нормальный, здоровый*
7. телеологические – *эффективный, удачный, негодный*

Предложенная Н.Д. Арутюновой классификация является более полной, однако не совершенной — многие лингвисты, занимающиеся исследованием аксиологических значений в языке, предлагают классификации частнооценочных значений, отличные от предложенной Н.Д. Арутюновой. Так, например, Н.В. Сердобольская и С.Ю. Толдова расширили данную классификацию и выделяют следующие виды частной оценки: дедуктивная (предикаты логического вывода (ясно, понятно, видно, очевидно), вероятностная (возможно, вероятно), временные оценки (пора, рано), количественная (мало, много) и другие.[[49]](#footnote-49)

На основании приведенных классификаций частной оценки, можно заключить, что в зависимости от цели исследования, а также изучаемого материала, выделяют разные виды частнооценочных значений. В то время как разграничение общей и частной оценки является общепринятым и не вызывает сомнений.

В настоящей работе принята классификация частнооценочных значений, данная Н.Д. Арутюновой, однако, исходя из особенностей материала исследования, необходимо уточнить следующее: утилитарная оценка в рамках типологии Н.Д. Арутюновой включает в себя инструментальную, выделяемую Вригтом как самостоятельный вид частнооценочного значения. Подобного мнения придерживаются также Н.В. Сердобольская и С.Ю. Толдова: «В классификации Н. Д. Арутюновой данный тип [инструментальная оценка – прим. Е.С.], очевидно, входит в утилитарные оценки».[[50]](#footnote-50)

Утилитарная оценка употребляется для описания различных предметов и, в частности, товаров, поэтому представляет особый интерес в рамках данной работы.

**Выводы 1**

Существуют различные точки зрения на явление языковой оценки. Основные из них: оценка является одной из «изначальных» функций языка, оценка представляет собой субъектно-модальное значение, оценка – это прагматическое значение. В настоящей работе языковая оценка понимается как вид модального значения.

Структура языковой оценки состоит из трех компонентов: субъекта оценки (лицо, с позиции которого предмету присваивается оценка), объект оценки (оцениваемый предмет) и оценочный предикат (аксиологическая характеристика, придаваемая объекту оценки).

В лингвистике представлены различные классификации оценочных значений. Основными типами оценок, которые выделяют, являются: положительная и отрицательная, рациональная и эмоциональная, абсолютная и сравнительная, общая и частная.

Глава 2

Средства языкового выражения оценки

Во второй главе поставлена задача рассмотреть языковые средства выражения положительной и отрицательной, абсолютной и сравнительной, общей и частной, то есть всех видов оценки, перечисленных выше, кроме рациональной и эмоциональной. Сравнение средств выражения рациональной и эмоциональной оценки не входит в задачи исследования, так как эмоциональная оценка практически не представлена в материале исследования.

Оценка может быть выражена языковыми средствами, принадлежащими к разным уровням языка: лексическому, морфологическому, синтаксическому, а также фонетическому.[[51]](#footnote-51) «Функционально-семантическое поле оценки опирается на некоторую совокупность различных языковых средств, «не образующих единой гомогенной системы форм» и, следовательно, не является моноцентрическим».[[52]](#footnote-52)

Основным средством выражения оценки в языке является лексический. Преимущественно лексические единицы могут иметь в своем значении оценочный компонент.[[53]](#footnote-53) В качестве оценочных предикатов могут выступать разные части речи, например, прилагательные, существительные, глаголы, частицы, а также фразеологические единицы.

Значение оценки, заключенное в лексике, может быть усилено с помощью грамматических средств (в первую очередь синтаксических). Комбинаторика лексических и грамматических средств языка приводит к усилению аксиологического значения и помогает говорящему наиболее полно выразить свое отношение к объекту. Степень экспрессивности оценки при сочетании разноуровневых средств существенно выше.[[54]](#footnote-54)

Средства выражения оценочного значения, относящиеся к разным уровням языка, будут рассмотрены подробно на материале статей журнала «Test» в следующей главе настоящей работы.

1. ****Положительная и отрицательная оценка****

***Положительная оценка***

Лексические средства

* 1. Прилагательные и наречия

Разнообразные прилагательные, наречия и причастия положительной семантики широко представлены в текстах отзывов о товарах рубрик «Ernährung und Kosmetik» и «Technik». Данный лексический способ выражения положительного оценочного значения является ведущим среди всех остальных лексических средств. Подобная тенденция наблюдается и в текстах отзывов о товарах – всего 137 случаев употребления.

Существенное преобладание прилагательных, наречий и причастий как лексического средства выражения абсолютной оценки характерно для обеих рубрик. Адъективы служат для обозначения качества: они называют внешние признаки и внутреннее свойства людей, животных, предметов, а также абстрактных понятий, событий, процессов и т.п.[[55]](#footnote-55) Ведущая роль данных частей речи при выражении оценочного значения связана с их функцией – описывать и характеризовать, таким образом создавая наиболее полное представление о предмете, явлении или лице.[[56]](#footnote-56)

Наиболее часто встречается прилагательное общей семантики gut – 52 раза, что составляет больше 1/3 от общего числа адъективов.

В немецком языке прилагательные имеют две формы: полную изменяемую и краткую неизменяемую. В полной флектированной форме прилагательные согласуются в роде числе и падеже с существительным или местоимением, с которым они сочетаются, и в предложении выполняют функцию определений.[[57]](#footnote-57) Это характерно также для прилагательного gut:

Ernährung und Kosmetik

1. Wer eine **gute** pflegende Creme sucht, kann alternativ zu Tagescremes mit UVSchutz greifen. (01.16)
2. In einem früheren Test gab es viele **gute**. (01.16)

Technik

1. Ausgesprochen **gute** Systemkamera für besonders hohe Ansprüche. (01.16)
2. Apple iPhone 6s Plus macht sehr **gute** Videos. (01.16)

Прилагательные в краткой неизменяемой форме употребляются в качестве именной части составного сказуемого, то есть в качестве предикатива:

Ernährung und Kosmetik:

1. Sie sind sensorisch sehr **gut**. (01.16)

Technik

1. Mal war der Satellitenempfänger schwach, das Bild am Kabelanschluss aber **gut** – und umgekehrt. (02.16)
2. Sein Display ist **gut**, aber nicht so gut wie bei den teureren Flaggschiffen der Konkurrenz. (01.16)

Краткие прилагательные совпадают по форме с наречиями, в результате в лингвистике возникли две точки зрения на разграничение этих частей речи. В.Г. Адмони утверждает, что прилагательные служат для характеристики объектов, а не процессов или действий, в этом заключается их отличие от наречий.[[58]](#footnote-58) Согласно традиционной грамматике, в немецком языке прилагательные не встречаются в синтаксической позиции обстоятельства, в роли этого члена предложения выступают адвербы.[[59]](#footnote-59) Однако, существует иная точка зрения, в соответствие с которой прилагательные в краткой нефлектированной форме способны характеризовать действия и процессы и при этом выполнять функцию обстоятельства, не переходя в класс наречий, в этом случае прилагательные называют адъективадвербами (нем. Adjektivadverb).[[60]](#footnote-60)

Ernährung und Kosmetik:

1. *Sie waren auch sehr* ***gut*** *haltbar, <…>.* (01.16)
2. *Sie harmoniert* ***gut*** *mit Speisen, die mit Muskatnuss gewürzt sind.* (01.16)
3. *Die Cremes von Lancaster und Nivea reichern die Haut sehr* ***gut*** *mit Feuchtigkeit an.* (01.16)

Technik

1. Es eignet sich besonders **gut** für Büroanwendungen und grafisch hochwertige Spiele. (02.16)
2. Die Tasten sind groß und **gut** zu bedienen. (02.16)

Количество употреблений прилагательного общей положительной семантики «хороший» существенно превосходит частотность других лексем. Такое преобладание данного прилагательного в отзывах о товарах можно объяснить тем фактом, что прилагательное *gut* выступает не только в качестве субъективной оценочной характеристики предмета, но и является названием оценки, которую товар может получить в результате прохождения исследования.

Слово *gut* относится к прилагательным общей оценки, так как имеeт «обобщающее, конденсирующее значение».[[61]](#footnote-61)

Лексема *gut* многозначна. Так, например, в словаре немецкого языка «Brockhaus WAHRIG Deutsches Wörterbuch» представлено 21 значение данного слова. В рамках настоящей работы необходимо обратить внимание лишь на основные его значения.

Первое значение *gut*, данное в словаре, может быть переведено на русский язык как: нравственно безупречный, благородный, готовый помочь, любезный, бескорыстный (человек, мать, поступок).[[62]](#footnote-62) Приведенное описание лексического значения прилагательного, показывает, что оно имеет исключительно положительную семантику. Однако, как видно из примеров сочетаемости данного слова, в случае отзывов о товарах мы имеем дело с другим значением *gut*, а именно: безупречный, ценный, содержательный (товар, книга).[[63]](#footnote-63) Еще одно значение прилагательного *gut*, которое необходимо упомянуть в связи с оценкой товаров: без недостатков, без ошибок.

В контексте отзывов о продуктах питания положительную характеристику объекту придают такие прилагательные как: *früchtig, pikant*, *aromatisch, sensorisch, geschmacklich*. Данные слова относятся к одному семантическому полю и характеризуют объект с точки зрения его сенсорных качеств: вкуса, запаха или тактильных свойств.

Перечисленные прилагательные и наречия активно выступают в сочетании с другими компонентами поля оценки, выраженными различными частями речи. Особенно частотно употребление с вышеупомянутым прилагательным положительной семантики *gut*, что позволяет конкретизировать параметр, по которому предмету дается положительная оценка:

1. *Das Pulver ist* ***sensorisch******gut****, insgesamt aber nur befriedigend.*(01.16)

Однако употребление такого прилагательного как *lecker* (вкусный) не зафиксировано, что можно объяснить стремлением авторов текстов к наиболее детальной и объективной характеристикe вкусовых качеств продуктов. Прилагательное же «вкусный» дает общую субъективную оценку, и такая характеристика продукта не является информативной и убедительной для потенциального покупателя.

Что касается средств выражения положительной оценки в текстах о косметике, главным положительным качеством товаров этой категории выступает эффективность, а также хорошее воздействие на кожу, способность ухаживать за ней, что подчеркивается активным употреблением таких прилагательных как: *wirksam, pflegend.*

1. *Wer eine gute* ***pflegende*** *Creme sucht, kann alternativ zu Tagescremes mit UVSchutz greifen.* (01.16)
2. *Als* ***wirksamste*** *Vitamin-A-Verbindung gilt die Vitamin-A-Säure.*(01.16)

Важным положительным качеством технических товаров является хорошее соотношение цены и качества товара. В текстах часто встречаются указания именно на это свойство приборов бытовой техники, или (в особенности) смартфонов. Положительная оценка товару, с точки зрения его цены, придается прилагательным *preisbewusst.* Согласно значению (а также примерам сочетаемости), данному в словарях, прилагательное *preisbewusst* выступает в качестве характеристики одушевленного лица, а не предмета. Прилагательное описывает человека, который всегда старается выбрать недорогие товары и внимательно сравнивает цены, совершая покупки.

Однако, в ряде случаев, оно способно давать оценку и неодушевленному предмету:

1. *Durchaus eine attraktive Kamera für* ***preisbewusste*** *Einsteiger, die erste Schritte in der Welt der Fotografie unternehmen möchten.*(01.16)

Определение *preisbewusst* характеризует существительное *Einsteiger*, которое в свою очередь является обозначением одушевленного лица (в данном случае нескольких лиц) и имеет значение «новичок». Этим лицам дается положительная оценка, эти люди разумно подходят к покупке, стараясь выбрать недорогой товар и сэкономить деньги. Однако, сам товар (камера) характеризуется как «подходящий для тех людей, которые стараются выбрать товар с удачным соотношением цены и качества». Из чего можно сделать вывод, что эта камера и есть товар с небольшой ценой, но хорошим качеством. Такая характеристика товара может считаться положительной оценкой его свойств.

Распространены случаи, в которых подчеркиваются особенно хорошие технические характеристики товара, несмотря на его небольшую стоимость. Что, однозначно, является достоинством данных аппаратов.

1. *Ganz schön viel Zoom* ***fürs Geld****.* (01.16)
2. *Diese Smartphones unter den seit test 7/2014 geprüften bieten* ***für ihren Preis*** *besonders viel Leistung und sind noch im stationären Handel erhältlich.* (01.16)

Положительными свойствами технических товаров выступают быстрота действия (высокая производительность) и удобство использования:

1. ***Am schnellsten*** *lösen LG G4, Samsung Galaxy S5, S6 und S6 Edge aus, die beiden Sonys am langsamsten.* (01.16)
2. *Das Bedienungsmenü ist* ***einfach*** *und* ***übersichtlich****, die Auslöseverzögerung* ***okay****.* (01.16)
	1. Глаголы

Глагольные средства выражения положительной оценки значительно уступают способу выражения с помощью прилагательных и наречий. Общее количество употреблений глаголов положительной аксиологической семантики в текстах обеих рубрик составляет 34.

 Первая семантическая группа представленных в отзывах о продуктах питания и косметике глагольных средств выражения положительного оценочного значения, обозначает превосходство одного объекта над другим. Широко используются такие глаголы как *vornliegen, anführen, sich abheben*, о которых более подробно будет сказано в связи с абсолютным и сравнительным оценочными значениями. Данные лексические единицы употребляются в сочетании с существительными *Liste, Bestenliste, Tabelle, Platz*.

1. *Bei den gemahlenen Pfeffern* ***liegt*** *Ostmann (6,25 Euro)* ***vorn****.*(01.16)
2. *Das Samsung Galaxy S5* ***führt*** *die Bestenliste bereits seit Sommer 2014* ***an****.*(01.16)

Второе высказывание можно интерпретировать двумя способами: с одной стороны, речь идет о высокой позиции, которую товар занимает в рейтинге, с другой – об общем превосходстве данной торговой марки молотого перца над продуктами других производителей (безотносительно рейтинга). При любом понимании данного предложения объекту дается положительная оценка и такая характеристика достигается с помощью глагола *vornliegen*.

Еще одна группа глаголов, которые выступают в качестве средства выражения положительной оценки: *begeistern, empfehlen, gelingen.* В составе их лексического значения нет семы превосходства, этим они отличаются от глаголов *anführen* и *vornliegen*.

Лексическое значения глагола *begeistern* в словаре немецкого языка описывается как «*zur Begeisterung bringen, mit Begeisterung erfüllen*».[[64]](#footnote-64) Способность объекта приводить в восторг или вызывать восхищение субъекта является положительной оценкой предмета:

1. *Auch kleine, billigere Modelle* ***begeistern****.* (02.16)

Глагол *empfehlen* имеет значение советовать, признавать полезным, предпочтительным.[[65]](#footnote-65) Если говорящий советует товар, то он считает его хорошим, достойным того, чтобы другой покупатель приобрел этот продукт: следовательно, дает объекту положительную характеристику:

1. *Wir können sie nach wie vor* ***empfehlen****, auch wenn sie etwas schlechter putzen.* (01.16)

В приведенном высказывании речь идет об электрических зубных щетках разных торговых марок. Во второй части предложения наречие *schlechter* придает негативную характеристику отдельным качествам объекта, а именно указывает на то, что описываемые в высказывании электрические зубные щетки чистят зубы немного хуже, чем щетки других производителей. Однако, употребление глагола *empfehlen* позволяет говорить о том, что общая оценка товара все же положительная.

В словаре значение глагола *gelingen* определяется как «geraten, glücken, zustande kommen»[[66]](#footnote-66)

1. Die Premiere ist **gelungen**: Das Gerät ist sehr gut verarbeitet und leistungsstark. (02.16)

Русским эквивалентом немецкого глагола в приведенном высказывании можно считать глагол «удаваться». Выступая в таком значении, глагол *gelingen* способен придавать положительную характеристику объекту и выступать как оценочный предикат. В данном предложении положительное аксиологическое значение, выраженное в первой части высказывания глаголом, подкрепляется положительными оценочными элементами *sehr gut verarbeitet* и *leistungsstark* во второй части высказывания.

* 1. Существительные

Следующий лексический способ выражения значения положительной оценки по степени употребительности почти не отличается от глагольного – всего 33 случая. Однако, значительно более широкое употребление существительных свойственно текстам рубрики «Technik», где существительные с оценочной семантикой встречаются в 7 раз чаще, чем в рубрике «Ernährung und Kosmetik».

Среди существительных, выражающих положительную оценку, преобладают существительные со значением превосходства или обладания наивысшей степенью качества - *Bestnote, Sieger, Gewinner, Spitze, Topmodell, Oberklasse.* Благодаря использованию подобных лексем, объект получает положительную оценку и характеризуется говорящим как самый лучший и превосходящий все остальные товары, с которыми он сравнивается.

Рассмотрим семантику каждой из перечисленных лексических единиц.

Значение словообразовательного компонента *best*- (*Bestnote*)можно определить исходя из семантики превосходной степени прилагательного *gut*, от которого этот элемент образован. Как уже было упомянуто выше, прилагательное gut относится к прилагательным общей положительной семантики и может переводиться на русский язык как
«хороший», превосходная степень *best-* имеет значение «лучший». Таким образом, компонент *best-* в составе слова придает наивысшую положительную характеристику оцениваемому объекту.

Существительное *Sieger* имеет ярко выраженную положительную семантику, так как обозначает победителя в какой-либо борьбе:

*Sieger – jmd., der im Kampf gesiegt, den Sieg errungen hat.[[67]](#footnote-67)*

Называя кого-либо победителем, говорящий придает наивысшую положительную оценку качествам объекта, подразумевает его превосходство над остальными, считает лучшим по ряду параметров. Говоря о статьях журнала «Test» необходимо упомянуть, что по итогам тестирования товаров, авторами составляется рейтинг, в котором присваивается оценка разным качествам товара. Таким образом, товар, получивший самую высокую оценку по наибольшему количеству параметров, находится на вершине этого рейтинга и является победителем. Этим фактом объясняется частотность употребления самостоятельной лексемы *Sieger*, а также словообразовательного элемента -*sieger* (*Testsieger, Preis-Leistungs-Sieger*) как средства выражения положительного аксиологического значения в текстах отзывов о товарах.

В отзывах о товаре употребительным также является существительное *Gewinner*, синонимичное лексеме *Sieger*. Слово *Gewinner* обладает сходной семантикой и обозначает человека или объект, одержавшего победу в каком-либо соревновании. В данном случае - называет товар, показавший наилучшие результаты в ходе исследования.

Рассмотрим более подробно семантику существительного *Spitze.* Эта лексемаимеет несколько значений. Согласно словарю Duden, одним из значений слова *Spitze* является разговорное употребление для обозначения: «Höchste Güte, Qualität (in Bezug auf besonders hervorragende, Begeisterung oder Bewunderung hervorrufende Leistungen)».[[68]](#footnote-68) В данном случае мы имеем дело с языковой метафорой – слово *Spitze* обозначает объект, находящийся на вершине, превосходящий все остальные объекты по своим характеристикам, а значит, являющийся лучшим - отсюда и возникло такое значение существительного, которое позволяет лексеме *Spitze* выступать в качестве оценочного компонента и придавать положительную аксиологическую характеристику предмету, как, например, в предложении:

1. ***Spitze*** *bei Qualität und Preis.* (01.16)

Однако, данное существительное имеет и более буквальное значение по отношению к первой позиции (вершине) рейтинга, который составляется на основании исследования товаров и представлен в журнале в виде таблицы. В таком случае *Spitze* выступает в значении близком к своей первичной семантике и обозначает вершину данного рейтинга, что также является наивысшей положительной характеристикой качеств товара:

1. *Im Hörtest lagen die beiden Plattenspieler gemeinsam an der* ***Spitze****.*(01.16)

Еще одну семантическую группу существительных составляют лексемы, обозначающие сильные стороны, положительные качества или преимущества данного товара, то есть дающие положительную оценку отдельным свойствам объекта – Vorteil, Stärke.

При оценке свойств различных товаров существительное Stärke служит для обозначения положительного качества, уникальной способности или преимущества. Из этого следует, что при употреблении существительного Stärke субъект дает положительную оценку объекту.

Technik

1. Ihre **Stärken** liegen woanders: Der Panasonic holt Mediatheken der Sender und Online-Videoportale ins Wohnzimmer. (02.16)

Лексема Vorteil преимущественно выступает как синоним слова Stärke. Значения существительного Vorteil, которые даны в словаре немецкого языка:

1. *Gewinn, Nutzen;*
2. *Vorzug, Überlegenheit.*[[69]](#footnote-69)

Исходя из приведенных значений, эквивалентом немецкого существительного *Vorteil* в русском языке в определенном контексте могут считаться существительные «преимущество», «достоинство», «польза» и т.п. Все перечисленные лексемы в русском языке обладают положительной семантикой, что свойственно также и немецкому существительному *Vorteil* и дает ему возможность выступать в качестве средства выражения положительной оценки.

Ernährung und Kosmetik:

1. Die **Vorteile** von selbstgemachter Kosmetik: Textur, Geruch, Komponenten können frei bestimmt werden. (01.16)

На материале исследования были зафиксированы примеры употребления существительных, которые используются для передачи положительного оценочного значения в рамках только одной рубрики. Приведем примеры некоторых из них.

В связи с характеристикой продуктов питания и косметических товаров наиболее употребительны существительные *Textur, Geruch, Geschmack,* которые так же, как и вышеописанные прилагательные (*früchtig, pikant, aromatisch, sensorisch, geschmacklich*) имеют в составе общий семантический компонент сенсорного восприятия. Хотя перечисленные лексемы не несут в себе аксиологического значения, они выступают в качестве оцениваемых свойств товара и сочетаются с оценочными элементами:

1. *Es muss in* ***Geruch*** *und* ***Geschmack*** *fehlerfrei sein und ein Mindermaß an Fruchtigkeit haben.* (02.16)
2. *Auch in* ***Aussehen****,* ***Geruch*** *und* ***Geschmack*** *erreichen nur Bioprodukte ein Sehr gut.* (01.16)

Для рубрики «Техника» характерно употребление такого существительного как Topmodell для обозначения высокотехнологичных устройств высшего класса. Словарь Duden дает следующее определение значения слова Topmodell: «technisch besonders aufwendig, luxuriös ausgestattetes Modell».[[70]](#footnote-70) Из приведенного определения лексического значения Topmodell видно, что данное существительное употребляется преимущественно при описании технических приборов и содержит в себе положительный оценочный компонент.

Technik:

1. *Hält mit* ***Topmodellen*** *mit.* (02.16)

Следующее существительное, употребляемое преимущественно в рубрике «Техника» - *Oberklassemodelle*, синонимично вышеупомянутому существительному *Topmodelle*, оно также имеет положительный оценочный элемент в своей семантике и служит обозначением товара премиум-класса:

1. ***Oberklassemodelle*** *erzielen tendenziell bessere Noten für Bild und Ton als die vorgestellten Einsteigermodelle und bieten mehr Ausstattung – etwa eine zweite Fernbedienung für „smarte“ Funktionen wie die Titelsuche in den Apps der Online-Videodienste.* (02.16)

Рассмотрим примеры употребления отдельных оценочных существительных, которые встретились в текстах лишь один раз и не являются характерными для какой-либо рубрики.

Предложение **Perlen** gefunden представлено в статье, посвященной тестированию разных моделей смартфонов. Носителем положительной оценочной характеристики в данном случае является существительное Perle. Первичное значение слова Perle – жемчужина, жемчуг или бисер. Как способ придания объекту аксиологической характеристики существительное употребляется в метафоричном значении для наименования чего-то особенно хорошего, ценного или очень красивого.[[71]](#footnote-71)

В текстах, выбранных в качестве материала исследования, встречается существительное Verkaufsschlager как один из компонентов поля положительной оценки. С помощью этого существительного обозначается товар, который очень хорошо продается: Ware, die sich besonders gut verkauft.*[[72]](#footnote-72)*

1. *Pfeffer wurde ein* ***Verkaufsschlager****: Er zählt heute zu den beliebtesten Gewürzen weltweit.* (01.16)

Такая характеристика товара может считаться положительной, более того в приведенном в качестве примера предложении положительная характеристика усиливается употреблением определения beliebteste во второй части высказывания.

****Отрицательная оценка****

Лексические средства

* + 1. Прилагательные, наречия и причастия

Среди средств выражения отрицательной оценки наблюдается тенденция преобладания прилагательных, наречий, а также причастий, что свойственно и всем остальным типам оценочного значения.

Лексические единицы, представленные широко в статьях на обе тематики, *mangelhaft* и *befriedigend,* принадлежат к семантическому полю общей отрицательной оценки, чем обосновывается частотность их употребления в контексте отзывов о товаре. Рассмотрим подробнее семантику данных лексем.

В толковых словарях немецкого языка указаны два значения слова *mangelhaft.* Согласно первому и наиболее частотному из них данное прилагательное характеризует предмет как обладающий рядом недостатков*.* Второе значение слова– это *неполный, незавершенный* или *незаконченный.[[73]](#footnote-73)* В контексте оценочной характеристики товаров наибольший интерес представляет первое значение прилагательного *mangelhaft*, которое придает отрицательную характеристику оцениваемому объекту.Приведем пример употребления прилагательного в этом значении:

Ernährung und Kosmetik:

1. *Lafer-Pfeffer ist* ***mangelhaft****.* (01.16)

Лексическое значение причастия *befriedigend* определяется через такие синонимы как *zufriedenstellend* (удовлетворительный) *genügend* (достаточный). Таким образом, с помощью данного причастия автор показывает, что объект оценки обладает достаточной степенью качества. Такую характеристику можно назвать нейтральной оценкой – предмет характеризуется как нормальный, отвечающий предъявляемым к нему требованиям.

Technik

1. *Ihr Bild ist bei allen Fernsehsignalen* ***befriedigend****.* (02.16)

Однако, выступая в сочетании с частицами (например, с частицой *nur*) значение прилагательного *befriedigend,* приобретает совсем другой оттенок: аксиологическая характеристика, придаваемая объекту, относится к полю отрицательной оценки.

Ernährung und Kosmetik:

1. *Das Pulver ist sensorisch gut, insgesamt aber nur* ***befriedigend****.*(01.16)

Обратим внимание на то, что данные прилагательные выполняют синтаксическую функцию предикатива. Употребления прилагательных *mangelhaft* и *befriedigend* в иных синтаксических позициях в исследованном материале не зафиксировано. Это объясняется тем, что в журнале «Test» эти лексемы, наряду с вышеупомянутым прилагательным *gut*, являются наименованиями оценки.

В связи с положительной оценкой продуктов питания и косметических товаров наблюдается широкое использование лексем, характеризующих объект с точки зрения его сенсорных качеств. Такая же тенденция наблюдается среди средств выражения отрицательного аксиологического значения, так как именно сенсорные характеристики товаров данных категорий являются наиболее важными показателями для определения качества товара в целом.

С целью выражения негативного оценочного значения употребляются прилагательные *stichig, modrig, ranzig, wurmstichig* – все они являются описанием вкусовых качеств и придают отрицательную характеристику описываемому товару.

1. *Allein sieben schmecken* ***stichig, modrig, ranzig*** *oder gar* ***wurmstichig*** *– so wie Früchte, die von der Olivenfliege befallen waren.*(02.16)

Что касается отрицательной оценки в отзывах рубрики «Technik», то выявить один ведущий признак, по которому товары оцениваются наиболее часто, достаточно сложно. Наиболее употребительны определения, относящиеся к цене товара, а также к его способности выполнять различные функции.

Так, например, у смартфонов отрицательно оценивается слишком высокая цена, в связи с чем широко употребляется прилагательное *teuer*:

1. *Das riesige iPhone 6s Plus ist das beste, mit 845 Euro aber auch das* ***teuerste*** *neue Smartphone.* (01.16)

В приведенном предложении положительной оценке аппарата (*das beste*) противопоставляется его недостаток – самая высокая цена среди всех остальных смартфонов (*das teuerste Smartphone*).

Однако слишком низкая стоимость технического устройства может также выступать как негативная характеристика. Это связано с тем, что дешевый товар по определению должен обладать более низкими техническими характеристиками, быть менее качественным, а значит в целом хуже, чем более дорогой аппарат:

1. *Das ist* ***nicht preiswert****, sondern nur* ***billig****.* (02.16)

Отрицательное значение прилагательного *billig* подчеркивается путем противопоставления прилагательному *preiswert*,использованному в сочетании с отрицательной частицей *nicht*. Лексическое значение слова *preiswert* определяется словарем немецкого языка как «относительно дешевый и вместе с тем хороший»,[[74]](#footnote-74) из чего можно сделать вывод, что положительный компонент является неотъемлемой частью лексического значения прилагательного. Таким образом, противопоставляя прилагательное *billig*, прилагательному положительной семантики, говорящий подчеркивает отрицательную оценку описываемого товара. Обратим внимание на то, что негативная характеристика, усилена частицей *nur*. Использование частицы в сочетании с оценочным компонентом придает большую степень экспрессивности высказыванию.

* + 1. Существительные

Существительные отрицательной оценочной семантики широко используются в обеих рубриках.

Отрицательную оценочную характеристику выражают такие существительные, как *Fehler* и *Mangel*. Рассмотрим словарные значения данных слов. Существительное *Fehler* имеет 3 значения, в каждом из которых семантика этого слова характеризуется явным отрицательным компонентом. Приведем здесь эти значения:

1. *Abweichung vom Richtigen, Unrichtigkeit, Verstoß gegen Regeln;*
2. *Abweichung eines Messergebnisses von dem „wahren“ Wert der gemessenen Größe;*
3. *charakterlicher Mangel, charakterliche Schwäche, Unzulänglichkeit.* [[75]](#footnote-75)

В случае оценочной характеристики товаров данное существительное употребляется в своем третьем значении, а значит его эквивалентом при переводе на русский язык будут выступать слова *недостаток*, *слабость*, *слабая сторона* или *упущение*. Исходя из этого очевидна способность существительного *Fehler* придавать отрицательную аксиологическую характеристику объекту оценки.

Существительное *Mangel* также может употребляться в нескольких значениях, однако, как и в случае с *Fehler*, все они характеризуются отрицательной семантикой. *Mangel* может выступать в значениях:

1. *Knappheit (an), Fehlen (von etwas)*
2. *Fehler, Unzulänglichkeit*
3. *Armut, Not, Entbehrung*
4. *Beeinträchtigung[[76]](#footnote-76)*

В отзывах о товаре преобладает второе из перечисленных значений слова, синонимичное существительному *Fehler*, семантические особенности которого были рассмотрены выше. Таким образом, оба существительных (*Mangel* и *Fehler*) являются компонентами поля отрицательной оценки.

1. *Natives Olivenöl extra darf keinen einzigen sensorischen* ***Fehler*** *haben.*(02.16)
2. *Stichig, modrig, ranzig, wurmstichig – das sind nur einige der sensorischen* ***Mängel****, die in sieben Ölen auffielen.* (02.16)

Во втором из приведенных выше высказываний отрицательное оценочное значение выражено многократно: с помощью употребления прилагательных *stichig, modrig, ranzig, wurmstichig,* которые, как было указано выше, дают отрицательную характеристику вкусовым качествам товара, а также существительного негативной семантики *Mangel* в сочетании с определением *sensorisch*. Такое двукратное выражение усиливает отрицательную оценку и негативную характеристику сенсорно-вкусовых свойств товара.

Существительное *Enttäuschung* образовано от глагола *enttäuschen*, употребляемого для придания отрицательной оценки объекту. В рамках отзывов о товарах существительное *Enttäuschung* используется для обозначения объекта, который не соответствует ожиданиям покупателя и характеризуется как недостаточно хороший, а значит, получает отрицательную оценку от говорящего.

1. *Eine andere Enttäuschung birgt ein zusätzlicher Tauchtest, dem wir erstmals einige Modelle unterzogen haben.* (01.16)

 Существительное *Verlierer* является антонимом слов *Sieger* и *Gewinner* и обозначает того, кто проиграл в каком-либо состязании или соревновании, или занял последнее место. Приведем здесь фрагмент словарной статьи, где даны три основных значения существительного *Verlierer:*

1. *jmd., der etwas verloren hat;*
2. *jmd., der im Spiel, im Wettkampf verloren hat;*
3. *(abwertend) Versager; -> a. Loser.[[77]](#footnote-77)*

Все три значения несут в себе негативный аксиологический компонент, что позволяет данному существительному выступать в качестве оценочного предиката и придавать отрицательную характеристику предмету.

Technik*:*

1. ***Verlierer***. *Das Medion Life X6001 ist ebenfalls riesig und kostet nur 350 Euro, Überlebte aber den Falltest nicht.* (01.16)
	* 1. Глаголы

Одним из наиболее употребительных глаголов в контексте отрицательной оценки выступает глагол *enttäuschen*. Обратимся к семантике данного глагола. Согласно значению, данному в словаре Duden, *enttäuschen* обозначает следующее действие: не соответствовать чем-либо надеждам, ожиданиям, расстраивая, принося неудовлетворённость, огорчение. Таким образом, очевидна отрицательная семантика данного глагола и его способность давать негативную оценку.

1. *Einige der 21 Neuzugänge können begeistern, andere* ***enttäuschen*** *eher – und ein neuer Tauchtest wirft Fragen auf.* (01.16)
2. *Doch im Testfeld gibt es auch Modelle, die eher* ***enttäuschen****.*(01.16)

Характеризуя продукты питания, автор статьи подчеркивает параметр, по которому товар не соответствует ожиданиям покупателя или заявлениям производителя. Таким параметром, как уже было упомянуто, выступают сенсорно-вкусовые качества продукта. Этим фактом объясняется частотная сочетаемость глагола *enttäuschen* с прилагательными одного семантического поля, а именно характеризующих сенсорно-вкусовые качества:

1. *Teils* ***enttäuschen*** *die Produkte geschmacklich, teils enthalten sie kritische Stoffe.* (01.16)

В отзывах о товарах зафиксировано употребление словосочетания, синонимичного глаголу *enttäuschen - Erwartungen nicht erfüllen.* Приведенное словосочетание также несет в себе отрицательный оценочный компонент и служит средством негативной характеристики товара:

1. *Der Herausforderer* ***erfüllt die Erwartungen nicht*** *ganz.* (01.16)

Говоря об отрицательной характеристике технических приборов, необходимо упомянуть глагол *ruckeln*. Глагол обозначает действие «двигаться резкими толчками, дергаться». При описании работы сложного электронного устройства, такого как, например, смартфон, глагол *ruckeln* приобретает значение «глючить», т.е. работать нестабильно, с большим количеством ошибок. Данное значение слова дано в словаре с пометой *umgangssprachlich* (разговорное), что характерно и для русского варианта «глючить». Такое описание работы устройства является выраженно отрицательным. Более того, лексеме *ruckeln* присуща высокая степень экспрессивности, из чего следует вывод о способности данного глагола передавать ярко отрицательную аксиологическую характеристику предмету.

1. *Das Bild* ***ruckelt*** *stark und beim Ton reicht es nur zu einer ausreichenden Note nicht durch.* (02.16)

Выводы 2

В результате исследования удалось установить, что в отзывах о товарах наблюдается существенное преобладание конструкций с положительным оценочным значением. Общее количество средств выражения положительной оценки в текстах обеих тематик насчитывает 136, в то время как отрицательной оценки лишь 66 - более чем в два раза меньше. Преобладание положительной оценки свойственно отзывам о товарах обеих рубрик – «Technik» и «Ernährung und Kosmetik».

Среди лексических средств выражения ведущую роль играет способ выражения оценки прилагательными, наречиями и причастиями. В случае положительного оценочного значения данный способ выражения превосходит остальные более чем в 4 раза. С целью придания предмету отрицательной оценки адъективы употребляются в среднем в 3 раза чаще остальных частей речи.

Что касается выражения положительной и отрицательной оценки с помощью существительных и глаголов, то нельзя говорить о каких-либо отличиях между тем, как эти части речи употребляются в двух рассматриваемых рубриках.

1. ****Абсолютная и сравнительная оценки****

****1. Абсолютная оценка****

Лексические средства

Лексические средства выражения абсолютной оценки в исследованном материале представлены очень широко. В передаче значения абсолютной оценки участвуют различные части речи: прилагательные, наречия, глаголы и существительные.

* + - 1. Прилагательные, наречия и причастия

Ведущим средством выражения значения абсолютной оценки выступают прилагательные и наречия в положительной степени сравнения. Положительная степень сравнения представляет собой «форму степеней сравнения, указывающую на качество предмета или процесса безотносительно к тем же качествам других предметов или процессов»,[[78]](#footnote-78) что и позволяет именно этой грамматической форме прилагательного и наречия служить для передачи значения абсолютной оценки, которая (как было указано в Главе 1) не предполагает сопоставления с другими объектами оценки и их качествами.

Ernährung und Kosmetik:

1. Nur eins ist **gut**: O-Med Picual. (02.16)

Особым средством выражения абсолютной оценки в рубрике «Ernährung und Kosmetik» выступает элатив. В статьях, посвященных теме техники, с помощью элатива абсолютная оценка не передается.

По форме элатив совпадает с превосходной степенью сравнения прилагательного, однако семантически выражает высокую степень качества безотносительно сравнения с другими предметами.[[79]](#footnote-79) Сравнение здесь имплицитно, что дает основание относить следующий пример к абсолютной оценке:

1. Die Etiketten versprechen wie immer **allerhöchste** Qualität. (02.16)

Прилагательные в форме элатива сочетается с существительным Qualität, имеющим семантику качества, что конкретизирует положительную характеристику, которая дается товару.

* + - 1. Глаголы

В статьях журнала «Test» глаголы выступают как второе по степени употребительности средство выражения абсолютной оценки. Однако глаголов, несущих в себе семантику оценки представлено значительно меньше, чем прилагательных и наречий – всего 43, то есть глагольный способ выражения оценки более чем в 3 раза уступает адъективному по распространенности. Данная тенденция наблюдается в статьях обеих тематик, что объясняется общеязыковым характером этого явления.

Для выражения оценочного значения используются следующие глаголы: empfehlen, enttäuschen, gelingen, begeistern. Все перечисленные глаголы имеют в себе сему оценки и позволяют говорящему придать объекту аксиологическую характеристику. Глаголы с такой семантикой используются в текстах обеих тематик, и таким образом выступают как универсальное средство выражения абсолютной оценки.

На основании отношений, которые выражают данные глаголы, их можно условно разделить на три группы: глаголы, устанавливающие отношения:

1. субъект – объект - субъект – empfehlen;
2. объекта с субъектом – enttäuschen, begeistern;
3. характеристика предмета речи – gelingen.

Отношение субъекта с субъектом устанавливает глагол empfehlen. Данный глагол относится к так называемым делиберативным предикатам, которые характеризуются трехаргументной структурой, включающей адресанта (делибератив), объект речи и адресата.[[80]](#footnote-80) Говорящий выражает свое отношение к объекту, оказывая определенное влияние на реципиента.

Ernährung und Kosmetik:

1. Wir können sie nach wie vor **empfehlen**, auch wenn sie etwas schlechter putzen. (01.16)

Глаголы enttäuschen и begeistern семантически относится к предикатам психического воздействия[[81]](#footnote-81) и подразумевают под собой следующую ситуацию: объект оценки оказывал (или оказывает) некое влияние на субъект оценки, в результате этого влияния у говорящего складывается субъективное представление о предмете и его характеристиках, и он выражает свое отношение к объекту, придавая ему оценку. Таким образом, в структуру данного предиката включаются только два аргумента – объект и субъект.

Ernährung und Kosmetik:

1. Teils **enttäuschen** die Produkte geschmacklich, teils enthalten sie

kritische Stoffe. (01.16)

Technik

1. Doch im Testfeld gibt es auch Modelle, die eher **enttäuschen**. (01.16)
2. Auch kleine, billigere Modelle **begeistern****.** (02.16)

Глагол gelingen отличается от описанных выше предикатов – он предполагает наличие одного актанта, который семантически является предметом речи. Это глагол семантически связан только с предметом высказывания и не оказывает какого-либо влияния на говорящего (как в случае глаголов enttäuschen и begeistern).

Technik

1. Die Premiere ist **gelungen**: Das Gerät ist sehr gut verarbeitet und leistungsstark. (02.16)

Особую группу глаголов, участвующих в выражении значения абсолютной оценки, составляют следующие лексемы: abschneiden, auffallen, gelten als, aussehen. В отличие от описанных выше глаголов (empfehlen, enttäuschen, gelingen, begeistern), данные слова не несут в себе семантики оценки, однако они предполагают наличие оценочного элемента - а именно сочетаются с другими частями речи (существительными и адвербами), которые придают аксиологическую характеристику объекту.[[82]](#footnote-82) Примеры употребления данных глаголов:

Ernährung und Kosmetik:

1. Von 14 Produkten **schneiden** 4 sensorisch sehr gut **ab**, 8 sind gut. (01.16)
2. Auch zwei gemahlene Pfeffer **fallen** negativ **auf**: von Aldi Süd und HES. (01.16)
3. Die **gelten als** möglicherweise krebserregend. (02.16)

Technik

1. Das **sieht** schick **aus**, <…>. (01.16)
2. Im Test **schneidet** das OnePlus 2 ganz ordentlich **ab**. (01.16)
	* + 1. Существительные

Степень употребительности существительных для выражения аксиологического значения абсолютной оценки несущественно уступает глагольному – 33 примера.

Существуют две основные семантические группы существительных, используемых для придания предмету абсолютной оценки:

1. Обозначение положительного качества, преимущества предмета, его достоинства;
2. Обозначение недостатка, слабой стороны предмета.

С целью придания объекту абсолютной оценки часто используются существительные, обозначающие сильные стороны, положительные качества или преимущества данного товара, такие как Vorteil, Stärke. При этом автор не сопоставляет характеризуемый данными существительными объект с другими предметами, а значит речь в данном случае будет идти об абсолютной оценке. Об особенностях употребления данных существительных говорилось в связи с положительной оценкой.

Для выражения значения абсолютной оценки характерно употребление существительных, антонимичных вышеупомянутым Vorteil и Stärke. К таким лексемам относятся, например, Mangel и Fehler, с помощью которых автор обозначает недостатки и слабые стороны конкретного объекта, не сравнивая его с другими. Более подробно существительные Mangel и Fehler были рассмотрены в разделе, посвященном средствам выражения отрицательной оценки.

****Сравнительная оценка****

 Сравнительные оценочные структуры широко представлены в текстах журнала «Test», так как целью большинства статей является не просто описание качеств определенного продукта, а его сравнение с другими товарами.

Сравнительная оценка более характерна для статей рубрики «Техника», в то время как во второй рассматриваемой рубрике количество оценочных конструкций данного вида в два раза меньше - 32 употребления в разделе «Ernährung und Kosmetik» и 77 в «Technik».

***Лексические средства***

* + - 1. Прилагательные, наречия и причастия

Прилагательные и наречия в сравнительной и превосходной степенях являются основным средством выражения сравнительной оценки. Именно данная грамматическая категория этих частей речи позволяет передать значение сопоставления с другим предметом – «сравнительная степень указывает на наличие у объекта какого-либо качества в большей степени, чем у другого, превосходная — больше, чем у всех прочих объектов».[[83]](#footnote-83)

Наиболее распространенным лексическим средством выражения значения как абсолютной, так и сравнительной оценки выступает прилагательное *gut*. Вне зависимости от тематики рубрики данное прилагательное широко используется как в сравнительной, превосходной, так и в положительной степенях, что объясняется его общей положительно-оценочной семантикой.

Ernährung und Kosmetik:

1. *Ganze Körner schneiden im Test* ***besser*** *ab als gemahlener Pfeffer.* (01.16)

Technik:

1. *Oberklasse-TVs nur im Detail* ***besser****.* (02.16)

Наибольшей частотностью характеризуется употребление превосходной степени *best* в функции определения. Таким образом, сравнивая объект оценки с другими предметами, он выделяется как лучший среди всех остальных. Семантика сравнения передается в большинстве случаев только через грамматическую форму прилагательного или наречия.

Ernährung und Kosmetik:

1. Die **besten** Pfefferkörner im Test stammen aus ökologischem Anbau. (01.16)
2. Geschmacklich schneiden die beiden **besten** Olivenöle sehr gut ab. (02.16)

Technik:

1. Vier Tabellen zeigen die **besten** Geräte für verschiedene Ansprüche. (01.16)
2. Dennoch führt es noch immer die Liste der **besten** Handys an. (01.16)
3. Machen die **besten** Bilder. (01.16)

Положительная степень прилагательных также может использоваться для выражения сравнительной оценки, если в структуре присутствует сравнительный оборот и названы предметы, с которыми сопоставляется объект оценки:

Ernährung und Kosmetik:

1. Bei mehr als 30 Prozent Preis vorteil putzten die Dontodent-Universal-Wechselköpfe der Drogeriekette dm und die baugleichen Aufsätze von Müller, Real und Syncare **fast so gut wie** das Original Precision Clean von Braun Oral-B. (01.16)

Technik:

1. Sein Display ist **gut**, aber nicht **so gut wie** bei den teureren Flaggschiffen der Konkurrenz. (01.16)

К сравнительной оценке можно также отнести конструкции с местоимениями beide и alle в сочетании с прилагательным в положительной степени. Подобные высказывания можно трактовать как оценку сравнительную, а не абсолютную на основании того, что употребление данных местоимений очерчивает ограниченный круг сопоставляемых между собой предметов. Производится сопоставление между собой конкретных обозначенных местоимениями предметов, а не имплицитное сопоставление объекта оценки со шкалой идеальных представлений, что характерно для абсолютной оценки. Эксплицитное же сравнение объектов является признаком сравнительной оценки.

1. **Alle** neun Cremes mangelhaft. (01.16)
2. **Beide** Lautsprecher sind einfach zu bedienen. (01.16)

Подобные конструкции встречаются в отзывах о товаре обеих рубрик, однако их частотность невысока.

* + - 1. Глаголы

Глаголы как средства выражения сравнительной оценки представлены ограниченным набором лексем.

Наиболее употребительным является глагол *vornliegen*, который служит для передачи семантики превосходства одного из сравниваемых объектов над другим. Также встречаются единичные случаи использования глаголов сходной семантики таких как: *sich heben, anführen, verdoppeln.*

Ernährung und Kosmetik:

1. *Bei den gemahlenen Pfeffern* ***liegt*** *Ostmann (6,25 Euro)* ***vorn****.*(01.16)
2. ***Bio*** *liegt* ***vorn****.* (01.16)

Technik:

1. *Von den Handys auf den folgenden Plätzen* ***hebt*** *es* ***sich*** *vor allem durch seine sehr gute Akkuleistung ab.* (01.16)
2. *Dennoch* ***führt*** *es noch immer die Liste der besten Handys* ***an****.*(01.16)

Сравнительная оценка, выраженная глаголами, может нести значение обладания равной степенью того или иного качества – объектам дается одинаковая оценочная характеристика. Для передачи такой семантики используются глаголы *mithalten* и *sich teilen,* однако случаи их употребления нельзя назвать частотными.

Technik:

1. *Den ersten Platz* ***teilten sich*** *der Audio-Technica LP120-USB mit Direktantrieb und der Thorens TD 158 mit Riemenantrieb.* (01.16)
2. ***Hält*** *mit Topmodellen* ***mit****.* (02.16)

Особенностью глагола *mithalten* является тенденция к сочетаемости с положительно оцениваемыми компонентами - с его помощью объект всегда сопоставляется с чем-то хорошим или наилучшим и характеризуется как обладающий такой же высокой (или при более нейтральной оценке – достаточной) степенью качества. Это можно наблюдать и в приведенном выше примере употребления данного глагола – объект оценки сравнивается с моделями топ класса, а значит с лучшими образцами (существительное *Topmodellen* имеет в себе словообразовательный компонент *Top*-, который, как уже упоминалось ранее, несет в себе положительную семантику сходную прилагательному *best* – лучший).

Для сопоставления предметов между собой и выражения значения сравнительной оценки встречается употребление глаголов *abschneiden, gelten als,* предполагающих, как отмечалось выше, наличие компонента с аксиологической семантикой. Однако для сравнительной оценки данные лексемы менее характерны, чем для абсолютной.

Ernährung und Kosmetik:

1. ***Als*** *wirksamste Vitamin-A-Verbindung* ***gilt*** *die Vitamin- A-Säure.*(01.16)
	* + 1. Существительные

Для сопоставления одних предметов с другими в отзывах о продуктах питания и косметике существительные практически не используются. В ходе исследования зафиксировано лишь два случая употребления существительных с целью выражения сравнительной оценки. В то время как для сопоставления между собой технических приборов эта часть речи представлена довольно широко.

Наиболее типичными компонентами поля сравнительной оценки выступают следующие лексемы: *Spitze, Bestnote, Sieger, Verlierer, Gewinner.* Перечисленные лексемы или их части употребляются как самостоятельные слова, а также как словообразовательные элементы (*Spitz-, Best-, -sieger*), например, в сложных словах: *Testsieger, Bestenliste, Spitzenakku, Preis-Leistungs-Sieger.* Более подробно о лексическом значении перечисленных существительных говорилось в связи с положительной и отрицательной оценкой.Что касается их способности служить средством выражения сравнительного оценочного значения, то необходимо упомянуть следующую особенность данных лексем: все они несут в себе семантику обладания наивысшей (или наименьшей) степенью качества или обозначают превосходство над другими объектами - можно говорить о близости их значения к значению суперлатива.

***Особые синтаксические средства***

 Сравнения

Основным синтаксическим средством, с помощью которого осуществляется сопоставление объектов оценки, являются сравнительные обороты и сравнительные придаточные предложения. Данные синтаксические структуры характерны для выражения сравнительной оценки и активно используются с этой целью в отзывах о товаре.

Ernährung und Kosmetik:

1. Eine Portion Skyr ist eine eiweißreiche, sättigende Zwischenmahlzeit, aber teurer **als Magerquark**. (01.16)
2. Sie waren auch sehr gut haltbar, ließen sich nur schwerer wechseln **als das Original**. (01.16)

Technik:

1. Sein Display ist gut, aber **nicht so gut wie bei den teureren Flaggschiffen der Konkurrenz**. (01.16)
2. In der Gruppe der Fernseher zwischen 122 und 127 Zentimeter Bilddiagonale war der beste in test 12/2015 **mehr als doppelt so teuer wie der jetzige Spitzenreiter**<…>. (02.16)

Выводы 3

Структуры, содержащие абсолютную и сравнительную оценки широко представлены в статьях о товарах обеих разделов - «Technik» и «Ernährung und Kosmetik».

Преобладание абсолютной оценки над сравнительной наблюдается в текстах обеих рубрик – первый тип оценки используется значительно чаще. Так, в отзывах о продуктах питания и косметике сравнительные оценочные структуры встречаются в три раза реже абсолютных, в отзывах о технике число употреблений абсолютной оценки в два раза превышает количество сравнительной оценочной характеристики товаров.

Исследование показало, что сравнительная оценка более свойственна отзывам о технике – в отзывах о продуктах питания и косметике данный вид оценки в 2 раза менее употребителен. В рубрике «Technik» применяются разнообразные лексические и синтаксические средства для сопоставления объектов между собой. Этот факт объясняется особенностями тематики, в частности тем фактом, что технические товары обладают гораздо бОльшим количеством аспектов, по которым их можно сопоставить. К тому же, покупка техники – это, чаще всего, серьезное приобретение, которое требует значительных затрат. Для того, чтобы выбрать подходящий технический прибор (будь то предмет бытовой техники, ноутбук или мобильный телефон), покупателю нужны весомые аргументы и более подробный анализ всех характеристик товара, нежели для приобретения продуктов питания или косметики. С этим связано стремление к более детальному сопоставлению рассматриваемых в разделе «Техника» товаров и, как следствие, активное употребление сравнительной оценки.

Что касается языковых средств выражения рассматриваемых видов оценки, то существенных отличий между проявлением в текстах абсолютной и сравнительной оценки не выявлено. Для данных типов аксиологических значений в отзывах о товаре обеих тематик ведущим является лексический способ выражения с помощью прилагательных и наречий, так как именно эти части речи способны давать оценочную характеристику предмету.

1. ****Общая и частная оценка****

****Общая оценка****

**Общая оценка, как отмечалось, присуждается по совокупности признаков**[[84]](#footnote-84) **и характеризует товар в целом.**

**Основным средством выражения данного типа оценки, как уже отмечалось, является прилагательное *gut*, обладающее общей положительной семантикой, а также прилагательное** *mangelhaft* и причастие *befriedigend*, которые дают общую отрицательную оценку товару в целом*:*

1. ***Nur eins ist gut: O-Med Picual.*** (02.16)
2. ***Lafer-Pfeffer ist mangelhaft.*** (01.16)

**Такие существительные как *Verlierer*, *Gewinner*, *Spitze*, *Nummer eins* относятся к средствам выражения общеооценочного значения, потому что они дают положительную или отрицательную характеристику товару в целом, а не отдельным его качествам:**

1. ***Frisch gemahlen verleiht die Nummer eins unter den Gewürzen selbst einfachen Gerichten eine pikante Note.*** (01.16)

**К глагольным средствам выражения общей оценки относятся лексемы *vornliegen*, *anführen*, так как с их помощью авто указывает на превосходство данного товара над другими товарами по совокупности всех его качеств.**

****Частная оценка****

**Отличительной особенностью текстов рубрики «Ernährung und Kosmetik» является преобладание сенсорно-вкусовой оценки. В данном разделе продукты питания и косметические товары характеризуются преимущественно по своим сенсорно-вкусовым качествам, о чем свидетельствует преобладание лексем данного семантического поля:**

* **Прилагательные:** *früchtig, pikant, aromatisch, sensorisch, geschmacklich*
* **Существительные:** *Textur, Geruch, Geschmack*
* **Глаголы: *schmecken***

**На основании сенсорно-вкусовых характеристик объекта, товару выносится положительная, либо отрицательная характеристика.**

**Еще один тип частнооценочного значения, широко представленный в данной рубрике – это утилитарная оценка, которая характеризует предмет с точки зрения его пользы. Данный тип частнооценочного значения реализуется, например, существительными *Vorteil*, *Nachteil*.**

1. ***Die Vorteile von selbstgemachter Kosmetik: Textur, Geruch, Komponenten können frei bestimmt werden.*** (01.16)
2. ***Nachteile: Geduld und Übung sind erforderlich, chemische Grundkenntnisse schaden nicht.*** (01.16)

**Телеологическая оценка** – «частная оценка, которая квалифицирует деятельность человека (а также группы, общества) с позиций направленности на определенную цель, достижения/недостижения определенной цели, перспектив (прогнозов) относительно достижения/недостижения цели»[[85]](#footnote-85) также представлена в текстах данной рубрики. Данный вид частной оценки выражается с помощью прилагательного *wirksam* – «эффективный».

1. *Als* ***wirksamste*** *Vitamin-A-Verbindung gilt die Vitamin- A-Säure.*(01.16)
2. *Weniger* ***wirksame*** *Verbindungen wie Pro-Retinol A sind dagegen erlaubt.* (01.16)

Телеологическая оценка выражается также словосочетанием *Erwartungen nicht* *erfüllen* (не соответствовать ожиданиям):

1. *Viele Olivenöle im Test* ***erfüllen die Erwartungen nicht****.* (02.16)

В текстах рубрики «Technik» преобладает утилитарная оценка, характеризующая товар относительно его полезности и способности выполнять те функции, для которых он предназначен:

1. *Die Zeitreise-Maschine ist nicht nur bei solchen Spielereien* ***hilfreich****.* (01.16)
2. *Diese Smartphones unter den seit test 7/2014 geprüften bieten für ihren Preis* ***besonders viel Leistung*** *und sind noch im stationären Handel erhältlich.* (01.16)

Телеологическая оценка также представлена в отзывах о технических товарах, однако не так широко, как утилитарная. Одним из средств выражения служит глагол *gelingen* – «удаваться», «быть удачным» значит достигать поставленной цели (более подробно семантика этого глагола рассматривалась в связи с положительной оценкой):

1. *Die Premiere ist* ***gelungen****: Das Gerät ist sehr gut verarbeitet und leistungsstark.* (02.16)

К средствам выражения данного типа оценки относится также глагол *enttäuschen* и образованное от него существительное *Enttäuschung*. Значения данных слов, «разочаровывать» и «разочарование», имеют в себе сему «недостижения цели», из чего следует, что глагол *enttäuschen* и существительное *Enttäuschung* служат для передачи телеологической оценки.

1. *Eine andere* ***Enttäuschung*** *birgt ein zusätzlicher Tauchtest, dem wir erstmals einige Modelle unterzogen haben.* (01.16)
2. *Doch im Testfeld gibt es auch Modelle, die eher* ***enttäuschen****.*(01.16)

Выводы 4

Общая оценка представлена широко в текстах обеих тематик: «Ernährung und Kosmetik» и «Technik». Особых отличий в средствах выражения данного оценочного значения не наблюдается.

Частнооценочные значения активно используются в отзывах о товарах для более детальной характеристики отдельных качеств продукта. В текстах рубрики «Ernährung und Kosmetik» преобладает сенсорно-вкусовая оценка. В то время как в текстах технической тематики ведущим частнооценочным значением является утилитарное. Такое отличие между рубриками объясняется особенностями товаров, являющимися объектами оценивания.

Синтаксические средства

Синтаксические конструкции не являются носителями семантики, однако определённые синтаксические структуры способны усилить значение, заключенное в лексике. Подобные конструкции относят к экспрессивному синтаксису.

Среди экспрессивных синтаксических средств преобладает использование эмфатического порядка слов (около 1/2 количества всех экспрессивных синтаксических конструкций).

Вторым по степени частотности являются неполные синтаксические структуры (эллипсис).

* 1. *Эмфаза*

Использование эмфатического порядка слов в качестве основной экспрессивной синтаксической конструкции свойственно текстам обеих тематик.

Порядок слов влияет на ритмическую организацию предложения и на фразовое ударение.[[86]](#footnote-86) В эмоционально нейтральном предложении рема находится в конце предложения, а тема в начале – фразовое ударение смещено к концу предложения. В экспрессивном варианте предложения говорящий выделяет то, что вызвало у него эмоции и что преобладает в его мыслях – этот элемент он ставит на первое место в предложении и таким образом смещает фразовое ударение к началу высказывания.[[87]](#footnote-87)

Начальная эмфаза может обладать ярким оценочным характером[[88]](#footnote-88) - благодаря расположению оценочного элемента в начале предложения говорящий усиливает аксиологическую характеристику, придаваемую объекту, так как «при эмфатическом порядке слов ритмическая организация высказывания меняется: фразовое ударение, как правило, смещается ближе к началу предложения и характеризует эмфатически выделенное слово».[[89]](#footnote-89)

Technik:

1. ***Lobenswert*** *ist auch die dreijährige Herstellergarantie.* (01.16)

В приведенном предложении прилагательное *lobenswert*, выполняющее функцию предикатива, находится в абсолютном начале фразы. Такая синтаксическая позиция нехарактерна для данного члена предложения, благодаря чему конструкция приобретает достаточно высокую степень экспрессивности. Исходя из словарного значения слова *lobenswert* (*als Tun, Verhalten, Denken o. Ä. Lob, Anerkennung verdienend*[[90]](#footnote-90)), оно является носителем положительной характеристики. Таким образом, употребление данного прилагательного в эмфатически сильной позиции позволяет достигнуть усиления положительной оценочной характеристики, которая дается объекту.

Аналогичные примеры, где оценочный компонент находится в сильной синтаксической позиции, можно встретить также в текстах рубрики «Ernährung und Kosmetik»:

1. *Als* ***wirksamste Vitamin-A-Verbindung*** *gilt die Vitamin- A-Säure.* (98)

В данном примере носителем оценочной семантики также является прилагательное в функции предикатива. Прилагательное *wirksam* относится к полю положительной оценки, его эквивалентом в русском языке может служить слово «эффективный», следовательно, в настоящем высказывании выделяется положительная характеристика качеств товара.

Данный способ усиления оценочной характеристики наиболее характерен для текстов раздела «Technik» - 24. В рубрике, посвященной отзывам о продуктах питания и косметике, эмфатический порядок слов употребляется в два раза реже (11).

* 1. Эллипсис

Эллиптическое предложение представляет собой такую форму высказывания, в которой отсутствуют части структурной схемы предложения, но в которой находит выражение содержание полносоставного предложения.[[91]](#footnote-91) Явление эллипсиса предполагает выпадение строевых (семантически пустых) элементов, таких как, например, глагол-связка в составном именном сказуемом. Однако в некоторых случаях могут быть опущены и полнозначные элементы.[[92]](#footnote-92)

О.А. Кострова подчеркивает наличие у эллипсиса оценочной функции.[[93]](#footnote-93) Возможность эллипсиса усиливать оценочное значение, содержащееся в лексике, связано с тем, что эллиптические конструкции содержательно емки, динамичны и более экспрессивны.[[94]](#footnote-94) Способность эллиптических структур выделять оценочный компонент высказывания можно наблюдать на следующих примерах:

Ernährung und Kosmetik:

1. Dontodent **weiterhin gut**. (01.16)

Technik:

1. **Perlen** gefunden. (02.16)

В приведенных высказываниях наблюдается выпадение глагола-связки *sein*, благодаря чему усиливается оценочное значение, содержащееся в семантически полных компонентах предложений. В первом случае носителям значения положительной оценки выступает именная часть составного сказуемого *weiterhin gut*, во втором предложении оценочным компонентом является подлежащее *Perlen*.

К структурно-неполным конструкциям относятся назывные предложения или «бытийные высказывания». О.А. Кострова утверждает, что при описании предметов бытийные высказывания экспрессивны и выполняют разрабатывающую функцию: «отдельные черты, детали подаются при этом как бы крупным планом, повествование становится персонально-окрашенным».[[95]](#footnote-95) Назывные предложения более динамичны и экспрессивны. «Динамическая функция субстантивных высказываний может сочетаться с оценочной».[[96]](#footnote-96)

Technik:

1. ***Gewinner***. (01.16)

Данное высказывание является емкой экспрессивной формулировкой положительной оценки товара. Аналогичные структуры используются также для усиления отрицательной оценки:

Technik:

1. ***Sicherheitsrisiko***. *Das Original- Netzteil des OnePlus 2 (oben) ist sicher – die Adapter - lösung des Grauimports (unten) dagegen nicht.*(01.16)

Ernährung und Kosmetik:

1. ***Ernüchterndes Fazit****: Keine der Cremes konnte kleine Fältchen oder gar tiefere Falten so mildern, dass mit bloßem Auge eine Verbesserung zu sehen war.* (01.16)
	1. Вопросно-ответные структуры

На материале исследования зафиксирован только один случай употребления вопроса с целью усиления оценочной характеристики товара:

1. *Nur große, teure Fernseher sind gut? Nein. Auch kleine, billigere Modelle* ***begeistern****.* (02.16)

В приведенном примере вопросно-ответная структура использована с целью усиления положительной оценочной характеристики, которая дана более дешевым моделям телевизоров в последнем предложении (*Auch kleine, billigere Modelle* ***begeistern****.*) Задавая вопрос, автор создает эффект диалога с читателем, таким образом высказывание и выраженное в нем оценочное значение приобретают более высокую степень экспрессивности.

Выводы 5

Как показал анализ синтаксиса текстов отзывов о товарах, экспрессивные синтаксические конструкции активно употребляются авторами статей для усиления оценочного значения, заключенного в использованной лексике.

Согласно результатам исследования, наиболее частотны предложения с эмфатическим порядком слов, где оценочный элемент находится в эмфатически сильной позиции. Благодаря такому порядку слов автор акцентирует внимание читателя на компоненте, содержащем оценочную характеристику товара. Количество таких конструкций во всех текстах составляет больше половины от всех экспрессивных синтаксических структур.

Вторым по степени частотности является эллипсис. Выпадение структурных элементов высказывания во многих случаях сочетается с эмфатическим порядком слов.

Наибольшей степенью экспрессивности обладают тексты рубрики «Technik». Количество конструкций экспрессивного синтаксиса в отзывах этой рубрики больше, чем в отзывах о продуктах питания и о косметике в 2,5 раза. Более высокую степень экспрессивности отзывов о технике можно объяснить тем фактом, что техника обычно значительно дороже продуктов питания или косметики и является более серьезной покупкой. Для принятия решения в пользу приобретения дорогостоящего товара требуется более сильная аргументация, этим фактом и вызвано более широкое употребление экспрессивных синтаксических структур в текстах технической тематики.

Заключение

Несмотря на то, что оценка является универсальной языковой категорией, характерной для всех естественных языков и проявляющейся на разных уровнях языка как системы, в лингвистике не существуют единого понимания этого явления. Однако вне зависимости от определения, которого придерживаются исследователи, все отмечают следующую особенность оценки: она выражает отношения. На этом основании оценку можно считать одним из видов модальности.

Структурный анализ оценочных высказываний показал, что они состоят из трех компонентов: субъекта оценки, объекта оценки и оценочного предиката.

Проведенный анализ классификаций аксиологических значений, позволил выделить следующие виды оценки: положительная и отрицательная, рациональная и эмоциональная, абсолютная и сравнительная, общая и частная.

В результате исследования положительной и отрицательной оценки на практическом материале, установлено существенное преобладание конструкций с положительным оценочным значением - 268, что в два раза превосходит количество отрицательно-оценочных конструкций – 132. Тенденция к преобладанию положительной оценки свойственна обеим изученным рубрикам журнала "Test": «Ernährung und Kosmetik» и «Technik».

Сопоставительный анализ абсолютных и сравнительных оценочных структур показал, что данные виды оценки широко представлены в материале исследования. Обеим рассматриваемым рубрикам свойственно преобладание абсолютной оценки над сравнительной. Относительно частотности сравнительной оценки, необходимо отметить, что сравнительная оценка более свойственна отзывам о технике, в то время как в отзывах о продуктах питания и косметике данный вид оценки встречается в 2 раза реже, что свидетельствует о более детальном анализе технических товаров, путем сопоставления их друг с другом.

Анализ общей и частной оценки позволяет сделать вывод, что данные виды аксиологических значений активно используются авторами отзывов о товарах. Существенное отличие между текстами исследуемых рубрик наблюдается в типе представленных частнооценочных значений: в отзывах о продуктах питания и косметике ведущей является сенсорно-вкусовая оценка, а в текстах о технике – утилитарная – это объясняется особенностями товаров, выступающими в качестве объектов оценивания.

Сравнительный анализ рубрик «Ernährung und Kosmetik» и «Technik» показал, что существенных отличий между средствами выражения оценки в текстах не наблюдается. Для обеих тематик основным является лексический способ выражения с помощью прилагательных и наречий.

На основании синтаксического анализа текстов отзывов о товарах, сделан вывод о существенной роли экспрессивного синтаксиса в усилении оценочного значения, заключенного в использованной лексике. Наиболее употребительны такие конструкции как: эмфатический порядок слов, эллипсис и сравнения. Удалось установить, что тексты рубрики «Technik» существенно превосходят отзывы о продуктах питания и косметических товарах по степени экспрессивности: количество экспрессивных синтаксических структур в отзывах этой рубрики более чем в 2,5 раза превышает употребление подобных конструкций во второй рассматриваемой рубрике.

Перспективы дальнейшего исследования видятся в более детальном изучении средств выражения оценки в таком типе текста как отзыв о товаре на примере других изданий, а также текстов интернет-коммуникации.

Список использованной литературы

Источник практического материала:

1. Stiftung Warentest. Test, Finanztest Archiv CD-ROM 2016. Alle Hefte 2016 auf CD-ROM. Verlag: Berlin, Stiftung Warentest. 2016/2017 ISBN: 978-3-86851-446-9
2. Stiftung Warentest. Test, Finanztest Archiv CD-ROM 2016. Alle Hefte 2016 auf CD-ROM. Verlag: Berlin, Stiftung Warentest. 2016/2017 ISBN: 3-86851-446-5

Источники теоретической литературы:

1. Admoni W. Der deutsche Sprachbau. Учебное пособие. Москва, Просвещение, 1986. - 336 с.
2. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch – Gütersloh/München, 2011 – 1730 S.
3. Duden [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://www.duden.de/rechtschreibung/Spitze Дата обращения: 09.04.2018
4. Engel U. Deutsche Grammatik. 3., korrigierte Auflage. – Heidelberg: Groos, 1996. – 888 S.
5. Gansel, Christina. Textsortenlinguistik. Vandenhoeck & Ruprecht, Goettingen, 2011 – 249 S.
6. Glück H. Rödel M.(Hg.) Metzler LexikonSprache, J. B. Metzler Verlag GmbH, Stuttgart, 2016 – 837 S.
7. Hentschel, Elke. De Gruyter Lexikon. Deutsche Grammatik. Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, Berlin/New York, 2010 – 412 S.
8. Janßen, Hero. Linguistische Erklärung und Bewertung. Peter Lang, Frankfurt/M, 1982
9. Moskalskaja O.I. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache (Москальская О. И. Теоретическая грамматика современного немецкого языка): Учебник для студ. высш. учеб. заведений, — М: 2004. – 352 с.
10. Schwarz-Friesel, Monika. Sprache und Emotion. Tübingen und Basel: A. Francke Verlag, 2007. – 401 S.
11. Serle J. A classification of illocutionary acts. Language in Society, Vol. 5, No.1, 1976 – pp. 1-23
12. Winko Simone Wertungen und Werte in Texten: Axiologische Grundlagen und literaturwissenschaftliches Rekonstruktionsverfahren, Braunschweig, Wiesbaden, 1991
13. Zillig, Werner. Bewerten. Sprechakttypen der bewertenden Rede. MaxNiemeyerVerlag, Tübingen, 1982.
14. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. – М., «Языки русской культуры», 1999. – 896 с.
15. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – 340 с.
16. Богатырева, Н.А. Ноздрина Л.А. Стилистика современного немецкого языка. – М., Издательский центр «Академия», 2005. – 336 c.
17. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – 228 с.
18. Выгузова, Е.Ю. Языковые средства оценки экономической ситуации в публицистических текстах, Тамбов, 2011 – 242 с.
19. Гукасова М. В. Оценочная модальность английских фразеологических единиц и способы ее реализации в контексте эмоционально-предметной направленности: автореф. дисс. Пятигорск, 2016. – 23 с.
20. Ивин, А. А. Основание логики оценок. М., МГУ, 1970 – 223 c.
21. Калмыкова, Г.А. Семантические классы предикатов в немецком языке. Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н. Ульянова, Ульянов. 2012 – 263-273 c.
22. Клюкина Ю.В. Языковая оценка как неотъемлемая категория портретного описания. Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2008. № 1 (1): в 2-х ч. Ч. II. – C. 34-35.
23. Комиссарова Н.Г., Якупова Д.Р. Оценочность в дискурсе СМИ Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2018. № 2(80). Ч. 1. – C. 83-87.
24. Кострова, O.A. Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка. Издательство «Флинта» 2004 – 242 c.
25. Лаухина А.В. Некоторые заметки о категории оценки в современном русском языке // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2009. № 1. – С. 112-115.
26. Маркелова, Т.В. Семантика оценки и средства ее выражения: учебное пособие по спецкурсу. М., МПУ, 1993 – 125 c.
27. Mарьянчик В.А. Оценка как категория текста // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2011. – С. 100-103.
28. Нестерская Л.А. Языковые средства формирования оценочности в современной публицистике. Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2002. – Вып. 21. – 184 с.
29. Никонова Ж.В. Когнитивные основы иллокутивного дейксиса (на материале современного немецкого языка). – Нижний Новгород, 2016. – 451 с.
30. Погорелова С.Д., Яковлева А. С. Основные языковые средства выражения оценочного значения (на примере политических речей Отто фон Бисмарка) [Текст] // Филологические науки в России и за рубежом: материалы Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). — СПб.: Реноме, 2012. — 162-165 c.
31. Портнова, Татьяна Юрьевна. Порядок слов в современном немецком языке: логикосемантический и синтаксический аспекты. Автореферат канд дисс. - Иркутск, 2007. – 190 с.
32. Садчикова И.В. Оценочная семантика немецкой лексики, Тамбов: Грамота, 2009. № 2 (21): в 3-х ч. Ч. III. 153-156 с.
33. Сердобольская Н.В., Толдова С.Ю. Оценочные предикаты: тип оценки и синтаксис конструкции // «Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии». Труды Международной конференции Диалог’ 2005. — М.: «Наука», 2005. — С. 436-443
34. Словарь лингвистических терминов, 2012 [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://slovar.cc/rus/term/1465116.html Дата последнего обращения: 06.04.2018
35. Солдаткина Т.А. Языковые способы выражения оценки во фразеологии и паремиологии английского языка. Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2016. № 3(57): в 2-х ч. Ч. 1. – C. 178-180.
36. Старостина Ю.С. Прагмалингвистический потенциал негативной оценки в английской стилизованной разговорной речи: автореф. дисс. канд. филол. наук. Самара, 2008. — 22 с.
37. Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка, М.: Аделант, 2013. — 800 с.
38. Философия: Энциклопедический словарь. — М.: Гардарики. Под редакцией А.А. Ивина. 2004. – 1072 с.
39. Фомина Ю.А. Аспекты изучения языковой оценки // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск, 2007. С. 154-161.
40. Шишкова Л. В. Синтаксис современного немецкого языка : Учеб. пособие : Для студентов филол. фак. и фак. иностр. яз. вузов / Л. В. Шишкова, Т. Ю. Смирнова. - М.: Академия, 2003. – 125 с.
41. Шкиль О.О. Телеологическая оценка в русском языке: опыт анализа отдельных репрезентаций. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/331/image/331-027.pdf> Дата обращения: 01.05.2018
42. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. [Электронный ресурс] – М., Советская энциклопедия, 1990. – Режим доступа: http://tapemark.narod.ru/les/412c.html Дата обращения: 1.02.2018

Приложение

***Ernährung und Kosmetik***

1. Eine Portion Skyr ist eine eiweißreiche, sättigende Zwischenmahlzeit, aber teurer als Magerquark. (01.16)
2. Dontodent weiterhin gut. (01.16)
3. Sie waren auch sehr gut haltbar, ließen sich nur schwerer wechseln als das Original. (01.16)
4. Wir können sie nach wie vor empfehlen, auch wenn sie etwas schlechter putzen. (01.16)
5. Bei Wechselköpfen für Braun-Oral-B Elektrozahnbürsten lässt sich mit guten Produkten anderer Anbieter aus Drogerie und Supermarkt Geld sparen. (01.16)
6. Bei mehr als 30 Prozent Preis vorteil putzten die Dontodent-Universal-Wechselköpfe der Drogeriekette dm und die baugleichen Aufsätze von Müller, Real und Syncare fast so gut wie das Original Precision Clean von Braun Oral-B. (01.16)
7. Sie waren auch sehr gut haltbar, ließen sich nur schwerer wechseln als das Original. (01.16)
8. Der Bürstenwechsel klappt minimal leichter. (01.16)
9. Das Ziel: individuelle Kosmetik, zum Beispiel mit einer einzigartigen Duftmischung – für sich selbst oder als Geschenk. (01.16)
10. Die Vorteile von selbstgemachter Kosmetik: Textur, Geruch, Komponenten können frei bestimmt werden. (01.16)
11. Nachteile: Geduld und Übung sind erforderlich, chemische Grundkenntnisse schaden nicht. (01.16)
12. Kein Restaurant, keine Küche kommt ohne den beliebten Scharfmacher aus. (01.16)
13. Frisch gemahlen verleiht die Nummer eins unter den Gewürzen selbst einfachen Gerichten eine pikante Note. (01.16)
14. Aus Indien, Heimat der als besonders wertvoll geltenden Malabar- und Tellicherry-Pfeffer *(siehe S. 23)*, kommen geringere Mengen zu uns. (01.16)
15. Echter roter Pfeffer ist aber selten und teuer. (01.16)
16. Sie harmoniert gut mit Speisen, die mit Muskatnuss gewürzt sind. (01.16)
17. Einst war Pfeffer so kostbar, dass er mit Gold aufgewogen wurde. (01.16)
18. Pfeffer wurde ein Verkaufsschlager: Er zählt heute zu den beliebtesten Gewürzen weltweit. (01.16)
19. Teils enttäuschen die Produkte geschmacklich, teils enthalten sie kritische Stoffe. (01.16)
20. Nur ganze Pfefferkörner schneiden gut ab. (01.16)
21. Sie sind sensorisch sehr gut. (01.16)
22. Das Pulver ist sensorisch gut, insgesamt aber nur befriedigend. (01.16)
23. Von 14 Produkten schneiden 4 sensorisch sehr gut ab, 8 sind gut. (01.16)
24. Auch in Aussehen, Geruch und Geschmack erreichen nur Bioprodukte ein Sehr gut (01.16)
25. Die besonders kritischen aromatischen Mineralöle (MOAH) waren nicht nachweisbar. (01.16)
26. Lafer-Pfeffer ist mangelhaft. (01.16)
27. Die Pfefferkörner von „Lafer. Lecker. Leben.“ sind extrem hoch mit MOSH und MOAH belastet. (01.16)
28. Zwei Pulver sind nicht verkehrsfähig. (01.16)
29. Auch zwei gemahlene Pfeffer fallen negativ auf: von Aldi Süd und HES. (01.16)
30. Denn das Produkt wies, zusammen mit dem Pfeffer von HES, auch die höchsten Rückstandsgehalte von Pestiziden auf. (01.16)
31. Das Pulver von Aldi Süd überschreitet sogar den zulässigen Höchstgehalt für das Pflanzenschutzmittel Carbendazim, ist also schon deshalb nicht verkehrsfähig. (01.16)
32. Der Pfeffer von HES war zudem hoch mit MOSH belastet, mit MOAH nur in Spuren. (01.16)
33. Auch sensorisch sind beide Pulver die Schlusslichter des Tests. (01.16)
34. Feine Linien werden sichtbar gemindert. (01.16)
35. Tag für Tag erscheinen Falten sichtbar reduziert. (01.16)
36. Unser Test zerstört diese Hoffnung erbarmungslos: Sichtbar wirken Antifaltencremes nicht. (01.16)
37. „Die Falten wirken sichtbar gemildert.“ (01.16)
38. „Mildert Falten sichtbar.“ (01.16)
39. „Sichtbar reduzierte Falten in 14 Tagen.“ (01.16)
40. „... tiefe Falten werden gemildert, und die Haut wirkt sichtbar straffer.“ (01.16)
41. Wer eine gute pflegende Creme sucht, kann alternativ zu Tagescremes mit UVSchutz greifen.In einem früheren Test gab es viele gute (test 4/2014, test.de/gesichtscreme). (01.16)
42. Alle neun Cremes mangelhaft. (01.16)
43. Ernüchterndes Fazit: Keine der Cremes konnte kleine Fältchen oder gar tiefere Falten so mildern, dass mit bloßem Auge eine Verbesserung zu sehen war.(01.16)
44. „Unser revolutionärer Tri-HA Cell Signaling Komplex kräftigt das hauteigene Stützge - webe, um das Erscheinungsbild von Falten und feinen Linien sichtbar zu reduzieren.“ (01.16)
45. Die kommen häufig zu positiveren Urteilen, so auch im Test. (01.16)
46. Eine gute Creme sollte die Haut mit Feuchtigkeitversorgen. Die teuerste Antifaltencreme im Test, Advanced Time Zone der US-Kosmetikfirma Estйe Lauder, schaffte nicht einmal das. (01.16)
47. Für 87 Euro ein blamables Ergebnis. (01.16)
48. Die Cremes von Lancaster und Nivea reichern die Haut sehr gut mit Feuchtigkeit an. (01.16)
49. Die besten sind die von Lebensbaum (6 Euro – alle Preise pro 100 Gramm). (01.16)
50. Bei den gemahlenen Pfeffern liegt Ostmann (6,25 Euro) vorn. (01.16)
51. Bio liegt vorn. (01.16)
52. Die besten Pfefferkörner im Test stammen aus ökologischem Anbau (01.16)
53. Ganze Körner schneiden im Test besser ab als gemahlener Pfeffer. (01.16)
54. Frisch gemahlene Körner enthalten mehr flüchtiges ätherisches Öl als fertiges Pfefferpulver. (01.16)
55. Die harte Schale des Korns bewahrt das Aroma, bei gemahlenem Pfeffer geht es relativ schnell verloren. (01.16)
56. Weniger wirksame Verbindungen wie Pro-Retinol A sind dagegen erlaubt. (01.16)
57. Als wirksamste Vitamin-A-Verbindung gilt die Vitamin- A-Säure. (01.16)
58. 13 der 26 geprüften Öle schneiden mangelhaft ab. (01.16)
59. Pflegestifte. Ohne es zu wissen, nehmen Anwender über den Mund oft kritisches Mineralöl auf. (02.16)
60. Kosmetika für die Lippen enthalten oft kritische Bestandteile aus Mineralöl. (02.16)
61. Dass viele Lippenpflegeprodukte sogar mit potenziell krebserregenden aromatischen Mineralöl-Kohlenwasserstoffen belastet sind, so genannten MOAH, zeigte 2015 unser Test von Kosmetik mit Mineralölbestandteilen. (02.16)
62. Nativ extra – steht das drauf, muss Olivenöl der höchsten Güteklasse in der Flasche sein. (01.16)
63. Jedes zweite Olivenöl ist mangelhaft. (02.16)
64. Als Horrorjahr, als „annus horribilis“ beklagen italienische Olivenölhersteller das Erntejahr 2014/2015. (02.16)
65. Die Etiketten versprechen wie immer allerhöchste Qualität. (02.16)
66. Nur eins ist gut: O-Med Picual. (02.16)
67. Stichig, modrig, ranzig, wurmstichig – das sind nur einige der sensorischen Mängel, die in sieben Ölen auffielen. (02.16)
68. Natives Olivenöl extra darf keinen einzigen sensorischen Fehler haben. (02.16)
69. Viele Olivenöle im Test erfüllen die Erwartungen nicht. (02.16)Ihre sensorische Qualität ist mangelhaft. (02.16)
70. Fünf schneiden wegen Schadstoffbelastungen mangelhaft ab: Vier sind hoch mit Mineralöl-Kohlenwasserstoffen vom Typ MOAH belastet. (02.16)
71. Vier sind hoch mit Mineralöl-Kohlenwasserstoffen vom Typ MOAH belastet. Die gelten als möglicherweise krebserregend. (02.16)
72. Wer viel Olivenöl verzehrt, kann gesundheitlich profitieren. (02.16)
73. Die höchste Güteklasse heißt „Nativ extra“. (02.16)
74. Es muss in Geruch und Geschmack fehlerfrei sein und ein Mindestmaß an Fruchtigkeit haben. (02.16)
75. Wie das zweitbeste Olivenöl im Test, Hacienda Iber Arbequina, kommt es aus Spanien. (02.16)
76. Geschmacklich schneiden die beiden besten Olivenöle sehr gut ab. (02.16)
77. Schadstoffe. Fünf Olivenöle sind hoch mit Mineralöl belastet und deshalb insgesamt mangelhaft.
78. Die Tester fanden in den 26 Ölen auch Weichmacher, Pestizide und Lösemittel. (02.16)
79. Allein sieben schmecken stichig, modrig, ranzig oder gar wurmstichig – so wie Früchte, die von der Olivenfliege befallen waren. (02.16)

***Technik***

1. Ganz schön viel Zoom fürs Geld. (01.16)
2. Die Bildqualität ist für diese Preisklasse durchaus ordentlich, auch wenn die Detailtreue in den Bildecken zu wünschen übrig lässt, besonders in Weitwinkeleinstellung. (01.16)
3. Das Display ist recht scharf und von allen Seiten gut einsehbar, außer beim Blick von unten bei Überkopfaufnahmen. (01.16)
4. Der Blitz leuchtet gleichmäßig aus. (01.16)
5. Die Tasten sind gut erreichbar. (01.16)
6. Das Bedienungsmenü ist einfach und übersichtlich, die Auslöseverzögerung okay. (01.16)
7. Ein Bildstabilisator beugt verwackelten Fotos vor. (01.16)
8. Lobenswert ist auch die dreijährige Herstellergarantie. (01.16)
9. Durchaus eine attraktive Kamera für preisbewusste Einsteiger, die erste Schritte in der Welt der Fotografie unternehmen möchten. (01.16)
10. Android 6 bietet deutliche Verbesserungen beim Datenschutz. (01.16)
11. Hulu.com ist heute ein populäres US-Videoportal. (01.16)
12. Die Zeitreise-Maschine ist nicht nur bei solchen Spielereien hilfreich. (01.16)
13. Beide Testsieger sind in Deutschland erhältlich und für weniger als 300 Euro zu haben. (01.16)
14. Als Grund nennt der koreanische Konzern eine sinkende Nachfrage im Geschäft mit Digitalkameras, Camcordern und Zubehör. (01.16)
15. Überzeugende Testergebnisse. (01.16)
16. Die NX30 zum Beispiel erreichte das test-Qualitätsurteil gut 1,8. Fazit der Tester: „Ausgesprochen gute Systemkamera für besonders hohe Ansprüche. (01.16)
17. Fast zwei Jahre hat Samsungs Galaxy S5 nun schon auf dem Buckel – für ein Smartphone eine Ewigkeit. Dennoch führt es noch immer die Liste der besten Handys an. (01.16)
18. Auch unter den Neulingen finden sich attraktive Modelle. (01.16)
19. Das Samsung Galaxy S5 führt die Bestenliste bereits seit Sommer 2014 an. (01.16)
20. Die drei iPhones und das HTC One (M8) schmeicheln Hand und Auge mit schicken, flachen Metallgehäusen. (01.16)
21. Bei Samsungs Galaxy S6 Edge und S6 Edge+ sind die beiden langen Display-Kanten nach hinten gebogen. Das sieht schick aus, kann aber bei ungünstigem Licht zu störenden Reflexionen führen und die Lesbarkeit an den Rändern beeinträchtigen. (01.16)
22. Dies sind die besten Smartphones seit test 7/2014, die noch im stationären Handel erhältlich sind. (01.16)
23. Angeführt wird die Schnäppchen-Liste vom Samsung Galaxy S5 und dem riesigen LG G3. (…)Wer nicht unbedingt das Allerneueste haben muss, kann hier ein Edelschnäppchen machen. (01.16)
24. Diese Smartphones unter den seit test 7/2014 geprüften bieten für ihren Preis besonders viel Leistung und sind noch im stationären Handel erhältlich. (01.16)
25. Apple iPhone 6s Plus macht sehr gute Videos. (01.16)
26. Unter den Akku -siegern sind etliche neue Modelle. (01.16)
27. Auch auf der Akku-Bestenliste finden sich einige Phablets. (01.16)
28. Beim Huawei Ascend G7, dem HTC One (M8) und dem Motorola Moto G der dritten Generation ist der Akku fest verbaut und nicht vom Anwender wechselbar. Das fließt negativ in die Akkunote ein. (01.16)
29. Verlierer. Das Medion Life X6001 ist ebenfalls riesig und kostet nur 350 Euro, Überlebte aber den Falltest nicht. (01.16)
30. Gewinner. Das riesige iPhone 6s Plus ist das beste, mit 845 Euro aber auch das teuerste neue Smartphone. (01.16)
31. Doch im Testfeld gibt es auch Modelle, die eher enttäuschen. (01.16)
32. Sicherheitsrisiko. Das Original- Netzteil des OnePlus 2 (oben) ist sicher – die Adapter - lösung des Grauimports (unten) dagegen nicht. (01.16)
33. Der Herausforderer erfüllt die Erwartungen nicht ganz. (01.16)
34. Im Test schneidet das OnePlus 2 ganz ordentlich ab. (01.16)
35. Seine Kamera macht gute Videos, aber nur mittelmäßige Fotos. (01.16)
36. Die GPS-Ortung ist ohne Datenverbindung langsam. Der festverbaute Akku ist befriedigend. (01.16)
37. Eine glatte Enttäuschung ist das Medion Life X6001 für 350 Euro. (01.16)
38. Doch die Netzempfindlichkeit ist nur schwach, seine Kamera ist vor allem bei wenig Licht ziemlich mau. Und nach dem Falltest war bei beiden geprüften Exemplaren das Display komplett

zersplittert. (01.16)

1. Eine andere Enttäuschung birgt ein zusätzlicher Tauchtest, dem wir erstmals einige Modelle unterzogen haben. (01.16)
2. Längere Akkulaufzeit. (01.16)
3. Ein Test bestätigt dies: Mit einem Nexus 6 hat sich die Akkulaufzeit im Standby-Betrieb mit aktivem WLan nach dem Update von Android 5 auf Android 6 mehr als verdoppelt. (01.16)
4. Gemäß der alten HiFi-Weisheit: Jede Anlage ist nur so gut wie ihre Boxen. (01.16)
5. Den ersten Platz teilten sich der Audio-Technica LP120-USB mit Direktantrieb und der Thorens TD 158 mit Riemenantrieb. (01.16)
6. Im Hörtest lagen die beiden Plattenspieler gemeinsam an der Spitze. (01.16)
7. Vier Tabellen zeigen die besten Geräte für verschiedene Ansprüche. (01.16)
8. Bestnote im Sehtest. (01.16)
9. Wer sich nur mit dem Allerbesten zufriedengibt, ist bei den Smartphones mit den besten Qualitätsurteilen richtig. (01.16)
10. Viele der Geräte haben riesige Displays und Akkus, die ihnen einen Vorsprung vor kompakten Modellen verschaffen. (01.16)
11. Vorn liegen vor allem mittelpreisige Modelle zwischen 200 und 400 Euro. Billig-Handys um 100 Euro schneiden nicht gut genug ab.
12. Spitze bei Qualität und Preis. (01.16)
13. Von den Handys auf den folgenden Plätzen hebt es sich vor allem durch seine sehr gute Akkuleistung ab. (01.16)
14. Neben der Bestenliste führt das Gerät außerdem die Tabelle der Preis-Leistungs-Sieger an. (01.16)
15. Die drei iPhones in der Bestenliste heben sich von der Android-Konkurrenz unter anderem durch ihre Kameras ab. Insbesondere in Sachen Video sind sie besser als alle anderen. (01.16)
16. Die drei iPhones in der Bestenliste heben sich von der Android-Konkurrenz unter anderem durch ihre Kameras ab. Insbesondere in Sachen Video sind sie besser als alle anderen. (01.16)
17. Mit dem LG G4 c, dem Samsung Galaxy J5 und dem S5 Neo landen jedoch auch drei neue Mittelklassehandys unter den Preis-Leistungs-Siegern. (01.16)
18. Das LG punktet vor allem mit seinem Spitzenakku. (01.16)
19. Gute Videos schaffen das LG G3, das HTC One (M8) und das Nokia Lumia 830. Bei den meisten auf der Liste schneidet die Kamera eher mittelprächtig ab, beim Samsung Galaxy A3 sogar nur mäßig. (01.16)
20. So ist die 8-Megapixel-Kamera des Apple iPhone 6 Plus bei wenig Licht etwas besser als die 23-Megapixel-Kamera des Sony Z5. (01.16)
21. Am schnellsten lösen LG G4, Samsung Galaxy S5, S6 und S6 Edge aus, die beiden Sonys am langsamsten. (01.16)
22. Machen die besten Bilder: Diese Smartphones haben unter den seit test 7/2014 geprüften die besten Noten für die Kamera und sind noch im stationären Handel erhältlich. (01.16)
23. An der Spitze steht das 191 Euro günstige LG G4 c. (01.16)
24. Müssen seltener ans Ladegerät: Diese guten Smartphones haben unter den seit test 7/2014 geprüften die besten Noten für den Akku und sind noch im stationären Handel erhältlich. (01.16)
25. Einige der 21 Neuzugänge können begeistern, andere enttäuschen eher – und ein neuer Tauchtest wirft Fragen auf. (01.16)
26. Verlierer.
27. Das Medion Life X6001 ist ebenfalls riesig und kostet nur 350 Euro, Überlebte aber den Falltest nicht. (01.16)
28. Gewinner.
29. Das riesige iPhone 6s Plus ist das beste, mit 845 Euro aber auch das teuerste neue Smartphone. (01.16)
30. Zwei Geräte, das iPhone 6s Plus und das Samsung Galaxy S6 Edge+, schaffen es unter die Allerbesten. (01.16)
31. Das iPhone 6s Plus hat zudem die beste Kamera (siehe Tabelle S. 39). (01.16)
32. Neuer Akku-Spitzenreiter ist das LG G4 c (siehe Tabelle S. 40). (01.16)
33. Zu den Gewinnern des Tests gehören auch das Samsung Galaxy S5 Neo, das einen zweiten Platz bei der Akkuleistung schafft, sowie Sonys aktuelles Flaggschiff Xperia Z5 und sein kleiner Bruder Z5 Compact, die zu den besten Kamerahandys gehören. (01.16)
34. Sicherheitsrisiko. Das Original- Netzteil des OnePlus 2 (oben) ist sicher – die Adapter - lösung des Grauimports (unten) dagegen nicht. (01.16)
35. Es gibt ihn direkt beim Anbieter. Geräte aus anderen Bezugsquellen können Risiken bergen. (01.16)
36. So liegt uns ein Exemplar eines europäischen Händlers mit mehreren Mängeln vor: Sein Ladegerät ist nicht für hiesige Steckdosen bestimmt und kam mit einem Aufsteckadapter, bei dem Nutzer einen Stromschlag riskieren. (01.16)
37. Einen Vorteil bietet das OnePlus 2 gegenüber den meisten Android-Handys: Seine „OxygenOS“ genannte Android-Variante erlaubt es Nutzern, den Zugriff ihrer Apps auf persönliche Daten einzuschränken. (01.16)
38. Sein Display ist gut, aber nicht so gut wie bei den teureren Flaggschiffen der Konkurrenz. (01.16)
39. Doch die Netzempfindlichkeit ist nur schwach, seine Kamera ist vor allem bei wenig Licht ziemlich mau. (01.16)
40. Und nach dem Falltest war bei beiden geprüften Exemplaren das Display komplett zersplittert. (01.16)
41. Perspektive. Videos im Querformat sind vertraut und lassen sich gut bearbeiten. (02.16)
42. Filmen mit dem Smartphone oder der Digitalkamera sorgt schnell für Erfolgserlebnisse – wenn Sie einige Grundregeln beachten: Filmen Sie im Querformat. (02.16)
43. Leistungsstark – aber spartanisch (02.16)
44. Die Premiere ist gelungen: Das Gerät ist sehr gut verarbeitet und leistungsstark. (02.16)
45. Das Pixel C punktet mit sehr guter Rechen- und Grafikleistung. (02.16)
46. Es eignet sich besonders gut für Büroanwendungen und grafisch hochwertige Spiele.(02.16)
47. Das 10-Zoll-Display ist sehr hochauflösend (2 560 x 1 800 Pixel) und leuchtstark. (02.16)
48. Sehr modern: Das Tablet läuft mit dem neuen Betriebssystem Android 6 und verfügt über einen schnellen USB-3.1-Anschluss samt beidseitig einführbarem Stecker. (02.16)
49. Mager ausgestattet. (02.16)
50. An ein paar Stellen hat Google allerdings gespart: Das Gerät besitzt kein Mobilfunkmodem, zum Surfen im Internet braucht es also ein WLan-Netz. (02.16)
51. Die Lautsprecher klingen mau, die Tasten der virtuellen Tastatur sind nicht umrandet, wodurch mehr Tippfehler auftreten können. (02.16)
52. Die Tasten sind groß und gut zu bedienen. (02.16)
53. Das Google Pixel C überzeugt mit seiner Rechen- und Grafikleistung. (02.16)
54. Bei der Ausstattung hat Google dagegen geknausert. (02.16)
55. Der Klang des großen Modells – mit rund 2 Kilogramm ein Schwergewicht – ist durchweg angenehm. (02.16)
56. Seine Basswiedergabe ist kräftig und reicht vergleichsweise tief. (02.16)
57. Offline-Karten sind praktisch, wenn Smartphone oder Tablet keine Verbindung zum mobilen Internet haben oder der Nutzer kein kostspieliges Datenvolumen verbrauchen möchte, zum Beispiel im Auslandsurlaub. (02.16)
58. Auch ohne Internet sicher ans Ziel. (02.16)
59. Die Navigation mit den Offline-Karten ist eine sinnvolle Ergänzung zu Googles Online-Kartendienst. 31
60. Perlen gefunden. (02.16)
61. Nur große, teure Fernseher sind gut? Nein. Auch kleine, billigere Modelle begeistern. Zumindest einige. (02.16)
62. Es locken ausgesprochen attraktive Geräte. Es kommt nur darauf an, die echten Perlen zu erkennen. (02.16)
63. Unter den 17 Fernsehgeräten mit Bilddiagonalen zwischen 81 und 127 Zentimeter - hauptsächlich aus der Einsteiger- und Mittelklasse des jeweiligen Anbieters – fanden wir 8 gute. Das ist eine angenehme Überraschung, zumal sie alle sogar gut klingen. (02.16)
64. Billig, doch das Bild ruckelt (02.16)
65. Der kleine Sony KDL-32R405C kostet zwar rund 150 Euro weniger als der gute LG 32LF6509 mit ebenfalls 81 Zentimeter Diagonale. (02.16)
66. Er ist trotzdem kein guter Kauf. (02.16)
67. Das Bild ruckelt stark und beim Ton reicht es nur zu einer ausreichenden Note. Das ist nicht preiswert, sondern nur billig. (02.16)
68. Mal war der Satellitenempfänger schwach, das Bild am Kabelanschluss aber gut – und umgekehrt.  (02.16)
69. Ihr Bild ist bei allen Fernsehsignalen befriedigend. (02.16)
70. Ihre Stärken liegen woanders: Der Panasonic holt Mediatheken der Sender und Online-Videoportale ins Wohnzimmer. (02.16)
71. Der Sony zeigt Digitalfotos via USB gut an. Aber Hand aufs Herz, für Diashows ist er recht klein.  (02.16)
72. Der LG für 465 Euro zeigt ein rundum gutes Fernsehbild, kaum schlechter als der Samsung UE40JU6450 für 585 Euro. (02.16)
73. Allerdings ruckelt das Bild. Getragene, romantische Filme und Talkshows leiden darunter weniger, Sport und Action schon. (02.16)
74. Manche Geräte bis 140 Zentimeter Bilddiagonale bieten geradezu Luxus: überragende Noten bei Bild und Ton oder Mehrfachtuner, um per USB aufzuzeichnen und parallel eine andere Sendung zu verfolgen. (02.16)
75. Filmen Sie im Querformat. Hochkant aufgenommene Videos sind hinterher schwieriger zu bearbeiten. (02.16)
76. Hält mit Topmodellen mit. (02.16)
77. Nur einige Samsung-Geräte spielen in einer höheren Liga. (02.16)
78. Klanglich kommt es aber nicht an den großen Bruder heran. (02.16)
79. Beide Lautsprecher sind einfach zu bedienen. Wer guten Klang für relativ wenig Geld sucht, ist mit dem großen Modell gut bedient. (02.16)
80. Zwei der sowohl bei Bild und Ton guten Fernseher sind LG 32LF6509 und Samsung UE32J6350. (02.16)
81. Die schnitten bisher meist schlechter ab. (02.16)
82. Vor wenigen Jahren gab es neben rundum guten, teuren Fernsehern auch günstige mit lediglich punktuellen Schwächen. (02.16)
83. Die billigsten Fernseher der 81-Zentimeter-Klasse im Testfeld kommen von Panasonic und Sony. (02.16)
84. Beide Kandidaten kosten deutlich weniger als der gute LG. Als Schnäppchen gehen sie trotzdem nicht durch. (02.16)
85. Der LG für 465 Euro zeigt ein rundum gutes Fernsehbild, kaum schlechter als der Samsung UE40JU6450 für 585 Euro. (02.16)
86. Oberklasse-TVs nur im Detail besser. (02.16)
87. Oberklassemodelle erzielen tendenziell bessere Noten für Bild und Ton als die vorgestellten Einsteigermodelle und bieten mehr Ausstattung – etwa eine zweite Fernbedienung für „smarte“ Funktionen wie die Titelsuche in den Apps der Online-Videodienste. (02.16)
88. In der Gruppe der Fernseher zwischen 122 und 127 Zentimeter Bilddiagonale war der beste in test 12/2015 mehr als doppelt so teuer wie der jetzige Spitzenreiter: 1 550 Euro für Samsung UE48JU7590 stehen 680 Euro für den noch etwas größeren LG 50LF6529 gegenüber. (02.16)
1. Философия: Энциклопедический словарь. — М.: Гардарики. Под редакцией А.А. Ивина. 2004. [↑](#footnote-ref-1)
2. Погорелова С. Д., Яковлева А. С. Основные языковые средства выражения оценочного значения (на примере политических речей Отто фон Бисмарка) [Текст] // Филологические науки в России и за рубежом: материалы Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). — СПб.: Реноме, 2012. — С. 162-165. [↑](#footnote-ref-2)
3. Выгузова, Е.Ю. Языковые средства оценки экономической ситуации в публицистических текстах, Тамбов, 2011 – С. 242 [↑](#footnote-ref-3)
4. Маркелова, Т.В. Семантика оценки и средства ее выражения: учебное пособие по спецкурсу. М., МПУ, 1993 – С. 14-17 [↑](#footnote-ref-4)
5. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь современного русского языка, М.: Аделант, 2013. — С. 432 [↑](#footnote-ref-5)
6. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. [Электронный ресурс] – М, Советская энциклопедия, 1990. – Режим доступа: <http://tapemark.narod.ru/les/564b.html> Дата обращения: 05.04.2018 [↑](#footnote-ref-6)
7. Ивин, А. А. Основание логики оценок. М., МГУ, 1970 – С. 11 [↑](#footnote-ref-7)
8. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 57 [↑](#footnote-ref-8)
9. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 11 [↑](#footnote-ref-9)
10. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 59 [↑](#footnote-ref-10)
11. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 12 [↑](#footnote-ref-11)
12. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 5 [↑](#footnote-ref-12)
13. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. [Электронный ресурс] – М, Советская энциклопедия, 1990. – Режим доступа: <http://tapemark.narod.ru/les/412c.html> Дата обращения: 1.02.2018 [↑](#footnote-ref-13)
14. Никонова Ж.В. Когнитивные основы иллокутивного дейксиса (на материале современного немецкого языка). – Нижний Новгород, 2016. – С. 64 [↑](#footnote-ref-14)
15. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 43 [↑](#footnote-ref-15)
16. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 43 [↑](#footnote-ref-16)
17. Serle J. A classification of illocutionary acts. Language in Society, Vol. 5, No.1, 1976 – pp. 1-23 [↑](#footnote-ref-17)
18. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 12 [↑](#footnote-ref-18)
19. Маркелова, Т.В. Семантика оценки и средства ее выражения: учебное пособие по спецкурсу. М., МПУ, 1993 – С. 17 [↑](#footnote-ref-19)
20. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 11 [↑](#footnote-ref-20)
21. Гукасова М. В. Оценочная модальность английских фразеологических единиц и способы ее реализации в контексте эмоционально-предметной направленности: автореф. дисс. Пятигорск, 2016. – С. 20 [↑](#footnote-ref-21)
22. Выгузова, Е.Ю. Языковые средства оценки экономической ситуации в публицистических текстах, Тамбов, 2011 – С. 242 [↑](#footnote-ref-22)
23. Нестерская Л.А. Языковые средства формирования оценочности в современной публицистике. Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2002. – Вып. 21. – С. 175 [↑](#footnote-ref-23)
24. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 43 [↑](#footnote-ref-24)
25. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 58 [↑](#footnote-ref-25)
26. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 22 [↑](#footnote-ref-26)
27. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 57 [↑](#footnote-ref-27)
28. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 23 [↑](#footnote-ref-28)
29. Выгузова, Е.Ю. Языковые средства оценки экономической ситуации в публицистических текстах, Тамбов, 2011 – 242 с. [↑](#footnote-ref-29)
30. Winko Simone Wertungen und Werte in Texten: Axiologische Grundlagen und literaturwissenschaftliches Rekonstruktionsverfahren, Braunschweig, Wiesbaden, 1991 – C. 56 [↑](#footnote-ref-30)
31. Выгузова, Е.Ю. Языковые средства оценки экономической ситуацитах, Тамбов, 2011 – 242 с. [↑](#footnote-ref-31)
32. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 6 [↑](#footnote-ref-32)
33. Mарьянчик В. А. Оценка как категория текста // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2011. № 1. С. 101 [↑](#footnote-ref-33)
34. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 23 [↑](#footnote-ref-34)
35. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 19-20 [↑](#footnote-ref-35)
36. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 19 [↑](#footnote-ref-36)
37. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 19 [↑](#footnote-ref-37)
38. Фомина Ю.А. Аспекты изучения языковой оценки // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск, 2007. С. 154 [↑](#footnote-ref-38)
39. Лаухина А.В. Некоторые заметки о категории оценки в современном русском языке // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2009. № 1. – С. 114-115. [↑](#footnote-ref-39)
40. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 15 [↑](#footnote-ref-40)
41. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 13 [↑](#footnote-ref-41)
42. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 52 [↑](#footnote-ref-42)
43. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 40 [↑](#footnote-ref-43)
44. Вольф, Е.М. Функциональная семантика оценки. М., Наука, 1985 – С. 40 [↑](#footnote-ref-44)
45. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 75 [↑](#footnote-ref-45)
46. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. M., Наука, 1988 – С. 75 [↑](#footnote-ref-46)
47. Арутюнова Н.Д. - Язык и мир человека. 2-е изд., испр. — М.: Языки русской культуры, 1999. — С. 189 [↑](#footnote-ref-47)
48. Сердобольская Н.В., Толдова С.Ю. Оценочные предикаты: тип оценки и синтаксис конструкции // «Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии». Труды Международной конференции Диалог’ 2005. М.: «Наука», 2005. С. 436-443 [↑](#footnote-ref-48)
49. Сердобольская Н.В., Толдова С.Ю. Оценочные предикаты: тип оценки и синтаксис конструкции // «Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии». Труды Международной конференции Диалог’ 2005. М.: «Наука», 2005. С. 436-443 [↑](#footnote-ref-49)
50. Сердобольская Н.В., Толдова С.Ю. Оценочные предикаты: тип оценки и синтаксис конструкции // «Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии». Труды Международной конференции Диалог’ 2005. М.: «Наука», 2005. С. 437 [↑](#footnote-ref-50)
51. Клюкина Ю.В. Языковая оценка как неотъемлемая категория портретного описания. Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2008. № 1 (1): в 2-х ч. Ч. II. – С. 34 [↑](#footnote-ref-51)
52. Маркелова, Т.В. Семантика оценки и средства ее выражения: учебное пособие по спецкурсу. М., МПУ, 1993 – С. 87 [↑](#footnote-ref-52)
53. Комиссарова Н.Г., Якупова Д.Р. Оценочность в дискурсе СМИ Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2018. № 2(80). Ч. 1. – C. 84 [↑](#footnote-ref-53)
54. Старостина Ю. С. Прагмалингвистический потенциал негативной оценки в английской стилизованной разговорной речи: автореф. дисс.. канд. филол. наук. Самара, 2008. – С. 22 [↑](#footnote-ref-54)
55. Moskalskaja O.I. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache (Москальская О. И. Теоретическая грамматика современного немецкого языка): Учебник для студ. высш. учеб. заведений, — М: 2004. – С. 202 [↑](#footnote-ref-55)
56. Богатырева, Н.А. Ноздрина Л.А. Стилистика современного немецкого языка. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – С. 222 [↑](#footnote-ref-56)
57. Hentschel, Elke. De Gruyter Lexikon. Deutsche Grammatik. Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, Berlin/New York, 2010 – S. 7 [↑](#footnote-ref-57)
58. Admoni W. Der deutsche Sprachbau. Учебное пособие. Москва, Просвещение, 1986. – С. 144 [↑](#footnote-ref-58)
59. Moskalskaja O.I. Grammatik der deutschen Gegenwartssprache (Москальская О. И. Теоретическая грамматика современного немецкого языка): Учебник для студ. высш. учеб. заведений, — М: 2004. – С. 42 [↑](#footnote-ref-59)
60. Hentschel, Elke. De Gruyter Lexikon. Deutsche Grammatik. Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, Berlin/New York, 2010 – S. 10 [↑](#footnote-ref-60)
61. Садчикова И.В. Оценочная семантика немецкой лексики, Тамбов: Грамота, 2009. № 2 (21): в 3-х ч. Ч. III. C. 154 [↑](#footnote-ref-61)
62. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 657 [↑](#footnote-ref-62)
63. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch – Gütersloh/München, 2011 – S. 657 [↑](#footnote-ref-63)
64. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 240 [↑](#footnote-ref-64)
65. Wahrig Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 442 [↑](#footnote-ref-65)
66. Wahrig Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 594 [↑](#footnote-ref-66)
67. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 1356 [↑](#footnote-ref-67)
68. Duden [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Spitze> Дата обращения: 09.04.2018 [↑](#footnote-ref-68)
69. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 1617 [↑](#footnote-ref-69)
70. Duden [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Topmodell> Дата последнего обращения: 07.04.2018 [↑](#footnote-ref-70)
71. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 1127 [↑](#footnote-ref-71)
72. Duden [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.duden.de/rechtschreibung/verkaufsschalger> Дата последнего обращения: 01.04.2018 [↑](#footnote-ref-72)
73. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 975 [↑](#footnote-ref-73)
74. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 1164 [↑](#footnote-ref-74)
75. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 505 [↑](#footnote-ref-75)
76. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 975 [↑](#footnote-ref-76)
77. Brockhaus WAHRIG. Deutsches Wörterbuch. – Gütersloh/München, 2011 – S. 1578 [↑](#footnote-ref-77)
78. Словарь лингвистических терминов, 2012 [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://slovar.cc/rus/term/1465116.html> Дата последнего обращения: 06.04.2018 [↑](#footnote-ref-78)
79. Glück H. Rödel M.(Hg.)Metzler LexikonSprache, J. B. Metzler Verlag GmbH, Stuttgart, 2016 – S. 172 [↑](#footnote-ref-79)
80. Калмыкова Г.А. Семантические классы предикатов в немецком языке. Ульяновский государственный педагогический университет им. И.Н.Ульянова, Ульянов. – 2012 – С. 269 [↑](#footnote-ref-80)
81. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. – М., «Языки русской культуры», 1999. – С. 444 [↑](#footnote-ref-81)
82. Солдаткина Т.А. Языковые способы выражения оценки во фразеологии и паремиологии английского языка. Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2016. № 3(57): в 2-х ч. Ч. 1. – C. 178. [↑](#footnote-ref-82)
83. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. [Электронный ресурс] – М, Советская энциклопедия, 1990. – Режим доступа: <http://tapemark.narod.ru/les/412c.html> Дата обращения: 20.02.2018 [↑](#footnote-ref-83)
84. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. – М., «Языки русской культуры», 1999. – С. 200 [↑](#footnote-ref-84)
85. Шкиль О.О. Телеологическая оценка в русском языке: опыт анализа отдельных репрезентаций. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/331/image/331-027.pdf> Дата обращения: 01.05.2018 – С. 27 [↑](#footnote-ref-85)
86. Engel U. Deutsche Grammatik. 3., korrigierte Auflage. – Heidelberg: Groos, 1996. – S. 332 [↑](#footnote-ref-86)
87. Портнова Т. Ю. Порядок слов в современном немецком языке: логико-семантический и синтаксический аспекты. Автореферат канд. дисс. – Иркутск: 2007. [↑](#footnote-ref-87)
88. Кострова О. А Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка – М.: 2004. – С. 68 [↑](#footnote-ref-88)
89. Кострова О. А Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка – М.: 2004. – С. 64 [↑](#footnote-ref-89)
90. Duden - https://www.duden.de/rechtschreibung/lobenswert [↑](#footnote-ref-90)
91. Шишкова Л. В. Синтаксис современного немецкого языка : Учеб. пособие : Для студентов филол. фак. и фак. иностр. яз. вузов / Л. В. Шишкова, Т. Ю. Смирнова. - М.: Академия, 2003. – С. 21 [↑](#footnote-ref-91)
92. Кострова О.А Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка – М.: 2004. – С. 49 [↑](#footnote-ref-92)
93. Кострова О.А Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка – М.: 2004. – С. 54 [↑](#footnote-ref-93)
94. Стилистический энциклопедический словарь русского языка под ред. Кожиной М. Н. – М.: 1996. – С. 477 [↑](#footnote-ref-94)
95. Кострова О.А Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка – М.: 2004. – С. 52 [↑](#footnote-ref-95)
96. Кострова О.А Экспрессивный синтаксис современного немецкого языка – М.: 2004. – С. 54 [↑](#footnote-ref-96)