

Neglect and ignorance of these factors can lead to misunderstanding and failures in communication, ruin business relationships and damage billion dollar deals.

### Литература

1. Tidwell, C. H. Non-verbal communication / С. Н. Tidwell // Teaching notes [Электронный ресурс]. 08.06.2018. – Режим доступа: <https://www.andrews.edu/~tidwell/NonVerbal.html>. – Дата доступа: 05.11.2018.

2. Дубинко, С. А., Маркина, Л. В., Маркосян, Е. И. From intercultural competition to success in Business. Part 2 / С. А. Дубинко, Л. В. Маркина, Е. И. Маркосян. – Минск : БГУ, 2015. – 179 с.

## О сути понятия оценки в лингвистике

*Скворцова А. С., студ. V к. МГЛУ,  
науч. рук. Зубова И. И., доц.*

Проблема оценки издавна привлекает внимание исследователей разных областей знаний и тем самым определяет междисциплинарный характер ее изучения с философской, логической, психологической и лингвистической точек зрения. В лингвистике понятие «оценка», прежде всего, соотносится с его логической интерпретацией, поскольку логико-философские категории служат понятийной основой языковых категорий. Структура оценочного высказывания восходит к логической структуре операции оценки: субъект, предмет, характер и основание [1, с. 189]. Субъект оценки (лицо или группа лиц) приписывает определенную ценность некоторому предмету, явлению, процессу материального или духовного мира. Предмет оценки можно рассматривать по-разному. В узком понимании к нему относятся только те ценности, которые имеют для субъекта положительное значение. При широкой трактовке данного понятия в него включаются не только положительные, но также нулевые и отрицательные ценности. По характеру оценка может быть абсолютной и сравнительной. Абсолютная оценка представляет собой безотносительное приписывание ценности одному предмету или же классу однородных предметов. Сравнительная оценка выражается через приписывание ценности одному предмету или классу предметов путем сравнения их с аналогичными предметами или классами [2, с. 38]. Основанием оценки является то, с точки зрения чего производится приписывание ценности. Не все эти части находят явное выражение в оценочном высказывании, но это не означает, что они не обязательны. Помимо четырех основных компонентов логической структуры оценки, в лингвистике принято рассматривать шкалу оценок и стереотипы, на которые ориентирована оценка в социальном

представлении человека. Строго говоря, в естественном языке оценочная структура значительно сложнее: она включает целый ряд компонентов, в том числе факультативных. К последним относят мотивировки, классификаторы, различные средства интенсификации и деинтенификации [3, с. 12–14]. Отдельного внимания заслуживает соотношение понятий «оценка» и «оценочность». Так, понятие оценки в большей степени связано с обозначением логической категории и ее реализациями в языке, в то время как понятие оценочности выступает преимущественно как лингвистическая категория, в частности, как компонент коннотации. Таким образом, оценочность есть свойство языковых единиц, а оценка – мнение о предмете [4, с. 34].

В лингвистике принято разграничивать эксплицитную, или явную оценку, и имплицитную, или скрытую. Эксплицитная оценка является способом выражения открытой оценочности, но встречается реже в силу ее двоякого воздействия на адресата. Данный тип оценки реализуется путем использования своеобразных «ярлыков, которые мгновенно воспринимаются адресатом, не требуя усилий для их декодирования [2, с. 42]. Имплицитная оценка более актуальна и востребована коммуникантами, так как «способна «ненавязчиво навязать» адресату заданные выводы» [2, с. 40]. В рамках лексического способа выражения оценки выделяют эмоциональную и рациональную (интеллектуальную) оценки. Эмоциональная оценка более субъективна, поскольку служит для выражения индивидуального отношения адресанта к какому-либо предмету, процессу или явлению окружающего мира независимо от его объективных свойств. Этот тип оценки представляет собой «определенную реакцию человека на объекты и явления окружающего мира, которые затрагивают личный мир говорящего, его цели и установки, нормы поведения и которые поэтому он воспринимает как важные для себя» [5, с. 84]. Рациональная оценка предполагает определенное осмысление объекта в плане его соответствия установленному стандарту, который может иметь целый спектр характеристик: этическая оценка (*добрый – злой*), эстетическая оценка (*красивый – некрасивый*), интеллектуальная оценка (*умный – глупый*) и т.д. Помимо эмоциональной и рациональной основы, оценочная категоризация также может базироваться на чувственном опыте человека. Чувственная оценка связана с восприятием мира посредством органов чувств и его осмыслением в соответствующих терминах: *вкусный – невкусный, жесткий – мягкий* и т.п. [5, с. 83]. Однако в строго научном смысле подобную классификацию оценки следует признать весьма условной, поскольку в естественном языке не может быть чисто эмоциональной оценки в силу того, что язык всегда предполагает некоторый рациональный аспект. Таким образом, на современном этапе развития лингвистики большое внимание уделяется исследованию оценки в аспекте взаимодействия ее семантики и прагматики.

## Литература

1. Ивин, А. А. Словарь по логике / А. А. Ивин, А. Л. Никифоров. – М. : Гуманитарный издательский центр «ВЛАДОС», 1997. – 384 с.
2. Клушина, Н. И. Интенциональные категории публицистического текста : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.01.10 / Н.И. Клушина; МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2008. – 53 с.
3. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф – М. : Наука, 1985. – 228 с.
4. Новиков, Л. А. Избранные труды / Л.А. Новиков. – Том 1. Проблемы языкового значения. – М. : Издательство РУДН, 2001. – 459 с.
5. Колшанский, Г. В. Соотношение субъективных и объективных факторов в языке / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1975. – 232 с.

## Das plastikproblem in deutschland: aktueller stand und lösungsansätze

*Смехович А. А., студ. IV к. БГУ,  
науч. рук. Арсентьева М. Ф., канд. пед. наук, доц.*

Plastik ist ein der wichtigsten Ressourcen für die moderne Wirtschaft. Die steigende Produktion von Plastik hat zur Folge, dass die Menge an Plastikabfällen zunimmt, die schädliche Folgen sowohl für die Natur, als auch für den Menschen haben.

Das Ziel dieser Studie ist es, den aktuellen Stand des Plastikproblems in Deutschland und Lösungsansätze zu untersuchen.

Die Aufgaben der Forschungsarbeit sind:

– quantitative und qualitative Kennzahlen von der Plastikproduktion, dem Plastikverbrauch, der Plastikentsorgung und der Plastikwiederverwertung in Deutschland zu analysieren;

– die mit Plastik verbundenen Probleme festzustellen und;

– die bestehenden Lösungsansätze des Plastikproblems auf bundesweiter, europäischer, internationaler und privater Ebene zu erforschen.

Zu der Steigerung des Plastikverbrauchs in Deutschland führen sowohl wirtschaftswissenschaftliche Faktoren, als auch veränderte Gewohnheiten der Menschen. Einerseits ersetzt Plastik immer mehr andere Materialien im Bereich des (Fahrzeug)baus, der Möbelproduktion, in Elektrogeräten und im Bereich der Landwirtschaft. Andererseits verursachen der Trend der Außer-Haus-Verpflegung, der steigende Verbrauch von Einweg-Plastikgegenständen und der Bedarf an kleineren Portionsgrößen das Wachstum des Verpackungsverbrauchs.

Die steigende Produktion von Plastik hat zur Folge, dass die Menge an Plastikabfällen steigt. Ein großer Anteil des Plastikmülls in Deutschland landet