

УДК 811.111

DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-1-169-183

Репрезентация положительной оценки в интернет-отзывах студентов о британских университетах

¹ Ковыршина Е.О., ² Кукшинова Е.Н.

¹ Воронежский государственный технический университет,
Россия, 394006, г. Воронеж, ул. 20-летия Октября, д. 84

² Филиал Ростовского государственного университета путей сообщения в г. Воронеж,
Россия, 394026, г. Воронеж, ул. Урицкого, д. 75а

helen-kow@yandex.ru; elnik-k@mail.ru

Аннотация. Одним из перспективных направлений современной лингвистики является исследование жанровой и аксиологической специфики разного рода интернет-отзывов. К числу наименее изученных относятся интернет-отзывы, содержащие положительные оценочные суждения студентов об обучении в университете, играющие важную роль в создании положительного имиджа учебного заведения. Цель исследования состоит в выявлении особенностей выражения положительной оценки в текстах интернет-отзывов о британских университетах. Исследование проводилось в рамках функционально-семантического и функционально-прагматического подходов. В результате исследования описаны различные средства выражения положительной оценки, типы оценочных значений, используемые при характеристике различных аспектов обучения в университете; установлена частотность оценок разного типа и ценностные критерии, лежащие в их основе; рассмотрены основные средства интенсификации оценки. Полученные результаты позволяют расширить существующие представления о специфике выражения оценки в речевом жанре интернет-отзыва, относящегося к сфере образования.

Ключевые слова: речевой жанр, интернет-отзыв, средства выражения положительной оценки, общеоценочное значение, частнооценочное значение, интенсификация оценки

Для цитирования: Ковыршина Е.О., Кукшинова Е.Н. 2025. Репрезентация положительной оценки в интернет-отзывах студентов о британских университетах. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(1): 169–183. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-169-183

Representation of Positive Evaluation in Online Student Reviews of British Universities

¹ Elena O. Kovyrshina, ² Elena N. Kukshinova

¹ Voronezh State Technical University,
84 Twentieth anniversary of October St, Voronezh 394006, Russia

² Voronezh Branch of Rostov State Transport University,
75a Uritskogo St, Voronezh 394026, Russia

helen-kow@yandex.ru; elnik-k@mail.ru

Abstract. The study of genre and axiological specifics of various kinds of online reviews is among the promising directions in modern linguistics. The least studied types of reviews include online reviews containing positive value judgments of students about studying at a university, which play an important role in creating a positive image of the educational institution. The purpose of this study is to identify the specific characteristics of expressing positive evaluation in the texts of online reviews of British universities. As a result of the study, it is found that the main means of expressing positive evaluation in



the reviews are lexical units containing a positive evaluative seme in their semantic structure. The most common types of evaluative meanings realized in student reviews are specific evaluations mostly represented with utilitarian evaluations. These evaluation types are based on criteria such as convenience, psychological comfort and active extracurricular activities, which are of the greatest value to British students. General evaluative meanings are less frequent than specific ones, but their share in the total volume of practical material is quite high. General evaluative meanings to a greater extent than specific evaluation types realize the author's intention of making a recommendation on the choice of a university and encouraging the reader of the review to follow this recommendation.

Keywords: speech genre of online university reviews, means of expressing positive evaluation, general evaluation, specific evaluation, intensification of evaluation

For citation: Kovyreshina E.O., Kukshinova E.N. 2025. Representation of Positive Evaluation in Online Student Reviews of British Universities. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(1): 169–183 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-1-169-183

Введение

В современной лингвистике все более популярными становятся исследования, посвященные жанровой специфике разного рода интернет-отзывов. В фокус внимания лингвистов попадают коммуникативно-прагматические [Былина, 2021], лингвосемiotические [Погорелова, 2017] и аксиологические [Водяницкая, 2021] аспекты изучения данного речевого жанра. В качестве объектов изучения выступают тексты отзывов о различных товарах и услугах [Wang, Karimi, 2018; Бирр-Цуркан, 2020], туристических поездках, отелях и ресторанах [Терских, 2014; Chik, Vásquez, 2017; Кожухова, Кисенко, 2022], организациях и работе узких специалистов [Анисимова, 2021; Водяницкая, 2021; Анисимова, 2023; Иссерс, 2023].

Повышенный интерес к лингвистическим исследованиям речевого жанра интернет-отзыва обусловлен рядом причин. Во-первых, на сегодняшний день интернет-отзыв является востребованным жанром интернет-коммуникации, «одним из неотъемлемых компонентов социального взаимодействия» [Иссерс, 2023, с. 376] в сетевом общении. Исследование специфических характеристик рассматриваемого речевого жанра позволяет получить представление об особенностях использования языка в современной онлайн-коммуникации. Во-вторых, в основе любого отзыва лежит оценка, с помощью которой автор отзыва выражает свое отношение к описываемому объекту. Оценка является главным способом отражения системы ценностей человека в языке. Поэтому, изучая средства выражения оценки, объективированной непосредственными потребителями товаров или услуг в какой-либо сфере, мы узнаем о ценностных ориентациях общества, характерных для данной среды. При этом не все разновидности интернет-отзывов получили одинаково полное освещение в лингвистике, что вызывает необходимость дальнейшего изучения данного речевого жанра. К числу наименее изученных разновидностей интернет-отзывов можно отнести отзывы, относящиеся к сфере образования.

Как показал анализ специальной литературы, лингвистические исследования интернет-отзывов, принадлежащих к обсуждаемой тематической области, немногочисленны. Они представлены несколькими публикациями, в которых проводится аксиологический анализ текстов отзывов на материале английского или/и русского языков. Так, в статье А.А. Водяницкой [2021] рассматриваются структурно-содержательные особенности отзывов студентов о преподавателях, анализируются средства выражения частнооценочных и общеоценочных значений. А.Т. Анисимова в своих работах проводит сравнительный анализ студенческих отзывов о преподавателях в русской и американской культуре: описывает стратегии экспликации оценки и речежанровые формы оценочных текстов [Анисимова, 2021], анализирует средства увеличения и снижения категоричности оценки [Анисимова, 2023].

Таким образом, внимание исследователей сосредоточено в основном на жанровой и аксиологической специфике студенческих отзывов о преподавателях. Языковая репрезентация оценки, связанная с другими аспектами процесса обучения в университете, на сегодняшний день является мало разработанной и поэтому требующей более глубокого анализа областью исследования.

В связи с этим цель исследования – выявить языковые особенности выражения оценки в текстах студенческих отзывов об обучении в университете.

Материалы и методы исследования

Объектом данного исследования являются языковые средства выражения положительной оценки, зафиксированные в текстах отзывов об университетах Великобритании. Обращение к оценке положительного характера обусловлено тем, что в подавляющей части рассматриваемых отзывов деятельность университета оценивается студентами положительно.

Для достижения цели исследования применялся ряд методов: описательный использовавшийся при классификации, интерпретации и обобщении языкового материала; лексико-семантического и контекстуального анализа, посредством которых выявлялись оценочные значения в текстах отзывов; количественного анализа, с помощью которого устанавливалась частотность различных средств выражения оценки и типов оценочных значений.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют публикации отечественных и зарубежных лингвистов Е.И. Горошко, О.С. Иссерс, М.В. Терских, М. Табоада и др., в которых рассматривается специфика речевого жанра интернет-отзыва, а также исследования в области языковой категории оценки и средств выражения оценочной семантики, которые принадлежат таким авторам, как Е.М. Вольф, Н.Д. Арутюнова, В.Н. Телия, Г. Томпсон и мн. др.

Материалом исследования послужили тексты отзывов о трех университетах Великобритании за 2024 год: университете г. Лафборо, университете г. Шеффилд и университете г. Лидс. В качестве источника для отбора материала использовалась студенческая интернет-платформа <https://www.studentcrowd.com>, на которой отражается актуальная информация обо всех университетах Великобритании: их инфраструктуре, программах обучения и других аспектах университетской жизни студентов. Отзывы о названных университетах выбраны для лингвистического анализа, поскольку они насчитывают наибольшее количество единиц в сравнении с отзывами о других университетах, представленных на этом сайте. Общее количество отзывов о данных учебных заведениях составляет около 8 тысяч, более 840 из них – за 2024 год. Отбор примеров для анализа производился методом направленной выборки, которая осуществлялась по критерию характера оценки, в результате чего из 840 отзывов за 2024 год отобрано 800 текстов, содержащих различные средства выражения положительной оценки.

Перевод примеров на русский язык выполнен авторами статьи. Грамматические и пунктуационные особенности текстов отзывов сохранены.

Результаты и их обсуждение

Оценка является сложной и многоаспектной категорией, не получившей общепризнанного понимания в лингвистике. При существующем множестве определений и точек зрения на оценку во многих лингвистических работах, посвященных данной категории, признается, что оценка выражает ценностное отношение субъекта к объекту и связана с аксиологической категорией ценности [Маркелова, 1993; Азылбекова, 2017; Якушина, 2003; Вольф, 2006 и др.]. В качестве субъекта оценки выступает лицо или социум,



с точки зрения которого даётся оценка. Под объектом оценки понимается лицо, предмет, событие или положение вещей, к которым оценка относится [Вольф, 2006, с. 11]. Оценочное отношение, которое связывает между собой субъект и объект оценки, представляет собой оценочный предикат.

Оценка имеет прагматический характер, считаясь «наиболее ярким представителем прагматического значения» – такого значения, которое слово или высказывание приобретает в ситуации речи [Арутюнова, 1988; Маркелова, 1993] и которое должно быть определенным образом интерпретировано адресатом сообщения. Формирование и интерпретация подобных значений обусловлены множеством различных факторов, к числу которых относятся локальные и темпоральные параметры коммуникации, личный опыт участников общения, коммуникативная цель высказывания [Арутюнова, 1988, с. 6; Маркелова, 1993, с. 17]. В зависимости от этих факторов участники коммуникативного процесса могут активизировать оценки разного характера и вида, используя при этом различные средства языка [Телия, 1986, с. 29–30; Арутюнова, 1988, с. 58].

Рассмотрим некоторые коммуникативно значимые факторы, лежащие в основе формирования оценки в интернет-отзывах об университете.

Как представляется, ключевым фактором, влияющим на характер выражения оценки в анализируемых интернет-отзывах, является виртуальная среда общения, для которой, по словам О.С. Иссерс, свойственны такие особенности, как публичность коммуникации, массовая аудитория, установка на активную обратную связь (лайки, комментарии, переходы, подписки и другие реакции), стертость пространственно-временных границ, относительная анонимность авторов и сложность проверки достоверности сообщений [Иссерс, 2023, с. 380]. В описанных условиях автор отзыва (субъект оценки – студент или выпускник университета) получает возможность рассказать о своем личном опыте и поделиться впечатлением от учебы, реализуя функции самовыражения и общения [Терских, 2014, с. 276]. Но кроме этого, он также получает возможность «влиять на своего адресата, его картину мира, шкалу ценностей, поведенческие реакции» [Иссерс, 2023, с. 377]. В связи с данным обстоятельством коммуникативная цель отзыва, представленного в виртуальной среде, заключается не только в том, чтобы передать читателю актуальную информацию об университете и оценить качество предоставляемых им услуг, но и в том, чтобы порекомендовать данный вуз или предостеречь от поступления в него, сформировав определенное общественное мнение о данном учебном заведении. Эффективным средством реализации данной коммуникативной цели становятся языковые единицы, выражающие оценку, в том числе положительного характера. Языковые средства с положительной семантикой являются важным инструментом создания положительного имиджа университета и привлечения в учебное заведение новых студентов.

Практический анализ позволил выявить ряд аспектов университетской жизни, которые чаще всего выступают объектами положительной оценки в отзывах студентов, представляя для них наибольшую значимость. К ним относятся: 1) университет в целом; 2) студенческий городок: территория, здания, оборудование, условия проживания, обслуживающий персонал; город и местонахождение учебного заведения; 3) внеучебная деятельность студентов; работа студенческих организаций; атмосфера в университете; студенческое сообщество; 4) преподаватели; процесс обучения, программы обучения.

В результате исследования установлено, что положительная оценка данных объектов реализуется в текстах студенческих отзывов с помощью таких средств языка, как оценочные лексемы (85 %); компоненты сложных слов (словосочетаний) с оценочной семантикой (3,5 %); синтаксические конструкции со средствами отрицания в сочетании с отрицательными оценочными лексемами (1,5 %); квазиоценочные языковые единицы (6 %); стилистические средства (4 %).

При изучении особенностей выражения оценки рассматриваемыми единицами языка необходимо обратить внимание на разные типы оценочных значений, которые они могут репрезентировать.

Н.Д. Арутюнова выделяет два основных типа оценочных значений: общеоценочное и частнооценочное [Арутюнова, 1988, с. 75]. В реализации первого участвуют прилагательные «хороший» и «плохой», а также их синонимы с разными стилистическими и экспрессивными оттенками. Такие лексемы выражают общую оценку, своеобразный аксиологический итог [Арутюнова, 1988, с. 75], основанный на мнении субъекта оценки о ценности ее объекта. Семантическая особенность лексем с общеоценочным значением состоит в том, что они не раскрывают дескриптивных свойств оцениваемого объекта, а лишь обозначают оценочное отношение субъекта к нему и, таким образом, обладают небольшой информативностью и высокой степенью субъективности [Арутюнова 1988; Вольф, 2006]. При реализации частнооценочного значения оценка дается одной из сторон объекта с определённой точки зрения [Арутюнова, 1988, с. 75]. Особенность семантики слов с частнооценочным значением заключается в том, что в них собственно оценочные смыслы совмещаются с дескриптивными, основанными на свойствах самих объектов оценки [Вольф, 2006, с. 29]. Благодаря этой особенности частнооценочные лексемы отличаются более высокой информативностью и объективностью. В зависимости от характера основания оценки частнооценочные значения подразделяются на 3 группы: сенсорные оценки, связанные с ощущениями, чувственным опытом (физическим и психическим); сублимированные оценки, связанные с удовлетворением чувства прекрасного и нравственного чувства; рационалистические оценки, связанные с практической деятельностью человека.

Н.Д. Арутюнова, обращая внимание на различия в обще- и частнооценочных значениях, подчеркивает, что «разные виды оценки характеризуются разной пропорцией в соотношении иллокутивной функции и фактической информации» [Арутюнова, 1988, с. 71]. По ее наблюдениям, общеоценочные значения более явственно, чем частнооценочные, выражают сопутствующую высказыванию иллокутивную силу рекомендации или одобрения, оказывая соответствующее воздействие на мнение и последующую реакцию адресата. Необходимо отметить, что и тот, и другой тип оценочных значений широко представлен в студенческих отзывах.

Рассмотрим языковые средства выражения оценки в текстах студенческих отзывов об университете, учитывая обще- и частнооценочные типы значений, которые они реализуют. Основным средством выражения положительной оценки в анализируемых интернет-отзывах являются лексические единицы, в семантической структуре которых содержится положительная оценочная сема. Данные лексемы в своем большинстве относятся к лексико-грамматическому классу прилагательных, реже – глаголов, наречий и существительных.

Общеоценочные значения (43 %), как правило, используются в текстах отзывов при выражении общего впечатления об университете и обучении в нем, общей характеристике студенческого городка и его инфраструктуры. Они реализуются целым рядом общеоценочных прилагательных, таких как *good* / *хороший*, *positive* / *положительный*, *nice* / *хороший*, *great* / *замечательный*, *amazing* / *потрясающий*, *wonderful* / *удивительный*, *excellent* / *отличный*, *fantastic* / *фантастический*, *brilliant* / *выдающийся*, *perfect* / *идеальный*, *superb* / *великолепный*. Отличительная особенность большинства из перечисленных прилагательных состоит в том, что в их значении оценочные компоненты совмещаются с интенсифицирующими. Благодаря этой особенности данные лексические единицы способны выражать высокую степень проявления оценочного признака, тем самым придавая текстам отзывов экспрессивный характер и усиливая эмоциональное воздействие на читателя.



*Everything about the university was **good**. / В университете все было хорошо. An **excellent** university choice overall. / В целом, отличный выбор университета. The campus is **amazing** and has **great** facilities. / Кампус потрясающий и располагает замечательными условиями.*

При выражении общей оценки в текстах отзывов интенсификация позитивных оценочных смыслов часто происходит посредством прилагательных в форме превосходной степени сравнения, которые выражают максимальную степень проявления оценочного признака.

***Perfect, the best** university in the world for sports studies. / Отлично, это лучший университет в мире для изучения спорта. This is genuinely **the best** uni ever! / Это действительно лучший университет в мире! **The best** part of The University of Sheffield are the societies. / Лучшая часть университета в Шеффилде – это студенческие общества. **Best** accommodation hall in Sheffield. / Лучший гостиничный комплекс в Шеффилде.*

Для максимальной интенсификации оценки авторы отзывов прибегают и к другим языковым средствам: глаголам (*excel* / *превосходить*), компонентам сложных слов (словосочетаний) (*top-ranked* / *ведущий*; *top uni* / *ведущий универ*), конструкции с модальным глаголом *could* в отрицательной форме и прилагательным *good* в форме сравнительной степени.

*I also appreciate the university's competitive spirit and drive to **excel** as one of the UK's **top-ranked** schools. / Я также ценю дух соперничества, царящий в университете, и его стремление всех превзойти, став одним из лучших учебных заведений Великобритании. Absolutely love it here, **couldn't** be in a **better** place. / Мне здесь очень нравится, лучшие места не найти.*

Частнооценочные значения (57 %) встречаются в текстах отзывов при описании всех объектов оценки и реализуются в виде всех типов частных оценок: сенсорных, сублимированных и рационалистических.

Самой распространенной в анализируемом материале оказалась группа рационалистических оценок (31 %), включающая утилитарные (21 %), нормативные (8,5 %) и телеологические (1,5 %) типы частнооценочных значений.

Утилитарные оценки выделяются на основании критерия физической или психической пользы для субъекта оценки. В изучаемом материале утилитарной оценке подвергаются инфраструктура (*useful gym room* / *полезный тренажерный зал*) и местоположение (*convenient location* / *удобное расположение*) университета, процесс обучения (*useful workshops* / *полезные семинары*, *useful informative events* / *полезные информативные мероприятия*), работа студенческих организаций и социальная жизнь студентов (*lively student union* / *оживленный студенческий союз*; *vibrant campus life* / *динамичная / жизнь в кампусе*), условия обучения и проживания (*comfy study spaces* / *удобные учебные пространства*; *comfortable room* / *удобная комната*) и их финансовая доступность (*affordable accommodation* / *доступное жилье*).

*Its **convenient** location near the city center means easy access to shops and restaurants. / Его удобное расположение недалеко от центра города обеспечивает легкий доступ к магазинам и ресторанам. There are always informative events going on that are **useful** for my education and career. / Здесь всегда проходят познавательные мероприятия, которые полезны для моего образования и карьеры. Campus life is **vibrant**, with a vast range of student clubs, events, and activities that make it easy to make friends and feel part of the community. / Жизнь в студгородке насыщенная, множество студенческих клубов, событий и мероприятий позволяют легко завести друзей и почувствовать себя частью сообщества.*

Следует отметить, что утилитарные оценочные значения выражаются в текстах отзывов не только частнооценочными прилагательными, но также глаголами и существительными. В семантике этих лексем присутствует компонент значения, указывающий на улучшение качества знаний и умений, приобретенных студентами в

процессе обучения (*enrich* / *обогащать*, *improve* / *улучшать*, *thrive* / *преуспевать*), или извлечение пользы, выгоды (*benefit* / *польза, выгода*, *cater* / *стараться угодить*, *opportunities* / *возможности*).

*I am pleased to say that my time at Loughborough has been really fun and has made me **improve** in a vast number of ways. / Рад сообщить, что мое пребывание в Лафборо было по-настоящему увлекательным и позволило мне усовершенствоваться во многих отношениях. Lots of **opportunities** for societies and clubs and good careers **opportunities**. / Множество возможностей для участия в различных обществах и клубах, а также хорошие возможности по профориентации.*

Нормативные оценки определяются по степени соответствия качества объекта общепринятым нормам и правилам. Частнооценочные значения данного типа в анализируемом материале характеризуют качество обучения, реализуемого в университете (*creative courses* / *творческие курсы*, *rigorous curriculum* / *точный, скрупулезный учебный план*), уровень квалификации преподавателей (*professional* / *профессионал, профессиональный*, *knowledgeable* / *образованный, грамотный*), качество оснащения университета (*modern equipment* / *современное оборудование*) и соответствие требованиям безопасности (*safe* / *безопасный*, *security* / *безопасность*).

*Leeds is one of the few Russel groups that actually offer a range of **creative** courses in the School of Design which I love. / Лидс – один из немногих университетов группы Рассела, который предлагает действительно широкий спектр творческих курсов в школе дизайна, которые мне нравятся. The faculty comprises **experienced professionals and academics** who are **passionate** about their fields, providing personalized guidance and fostering a collaborative learning environment. / Профессорско-преподавательский состав состоит из опытных профессионалов и ученых, увлеченных своей областью знаний, которые обеспечивают индивидуальный подход и создают атмосферу совместного обучения.*

Телеологические оценки выделяются на основании критерия достижения определенной цели, выполнения некоторой функции. В студенческих отзывах данный тип частной оценки встречается главным образом при характеристике эффективности работы Интернета на территории университетского городка (*reliable* / *надежный*; *strong* / *стабильный*).

*The internet connection across campus is **reliable**. / Интернет-соединение по всему кампусу надежное.*

На втором месте по репрезентативности в текстах интернет-отзывов находится группа сублимированных оценок (15 %), включающая этические (10 %) и эстетические (5 %) оценки.

Этические оценки эксплицируются посредством частнооценочных лексем, характеризующих положительные человеческие качества преподавателей, обслуживающего персонала и жителей студенческого городка: *patient* / *терпеливый*; *responsible* / *ответственный*; *helpful* / *готовый помочь*, *supportive* / *оказывающий поддержку*, *friendly* / *дружелюбный*, *kind* / *добрый*, *welcoming* / *доброжелательный*, *approachable* / *охотно идущий на встречу*, *nurturing* / *заботливый*, *support* / *моральная поддержка, помощь*. Этические оценочные значения могут быть реализованы и с помощью общеоценочных лексем, которые в данном контексте приобретают значение частнооценочных: *lovely* / *прекрасный*, *nice* / *приятный*, *amazing* / *изумительный*, *great* / *замечательный*, *awesome* / *потрясающий*.

*The teachers are very **patient** and teach in a good way. / Преподаватели очень терпеливые и хорошо преподают. The staff are all **lovely** and very **helpful**. / Все сотрудники милые и очень услужливые. The receptionists here are really **friendly** and **supportive**. / Администраторы на стойке регистрации очень дружелюбны и готовы оказать*



поддержку. *Very **kind** and **approachable** staff who do not hesitate to help and **support** anyone struggling.* / Очень добрый и охотно идущий на встречу персонал, который без колебаний поможет и поддержит любого, кто испытывает трудности.

В качестве средств выражения эстетической оценки выступают такие частнооценочные лексемы, как *beautiful* / прекрасный, красивый, *tidy* / аккуратный, *neat* / аккуратный, *charming* / очаровательный, *scenic* / живописный. С этой же целью используются и общеоценочные лексемы, реализующие в данном контексте значения частнооценочных: *nice* / милый, *great* / замечательный, *lovely* / красивый, *gorgeous* / великолепный. Объектами эстетической оценки чаще всего становятся территория студгородка, места проживания студентов и город, в котором находится учебное заведение.

*Excellent university with a **beautiful** campus.* / Отличный университет с красивым кампусом. *The campus is **lovely** and there are lots of grass pitches and outdoor space that I use a lot over the summer months.* / Кампус чудесный, здесь много газонов и открытых пространств, которые я часто использую в летние месяцы.

Сенсорные оценки, включающие сенсорно-вкусовые (0,5 %), интеллектуальные (0,5 %) и эмоциональные (10 %), в анализируемых интернет-отзывах несколько менее востребованы, чем сублимированные. Лингвисты отмечают, что сенсорные оценки основаны на субъективном восприятии лица, выражающего оценку, и характеризуют в большей мере его ощущения, чем объект оценки и его свойства [Вольф, 2006, с. 23].

Сенсорные оценки в текстах отзывов в основном представлены эмоциональными оценками, которые актуализируются словами разной частеречной принадлежности: глаголами *love* / нравиться, *like* / нравиться, *enjoy* / получать удовольствие, прилагательными *happy* / довольный, *exciting* / волнующий, *enjoyable* / доставляющий удовольствие, *satisfied* / довольный; существительными *fun* / веселье, интерес, *satisfaction* / удовольствие с семантикой субъективно-эмоционального отношения. Объектами эмоциональной оценки выступают университет в целом, атмосфера в студгородке, условия проживания студентов.

*I really **like** University of Leeds. I **love** everything here. Everything is great!* / Мне очень нравится университет Лидса. Мне нравится здесь все. Все замечательно! *Campus life is great. **Love** the atmosphere here.* / Жизнь в студгородке прекрасна. Мне нравится здешняя атмосфера. *So **glad** to go to this university.* / Очень рад, что поступил в этот университет. *I'm very **happy** that I chose Study Inn!* / Я очень рад, что выбрал для проживания «Стади Инн»!

В ряде случаев положительная оценка в отзывах студентов эксплицируется через компоненты сложных слов (словосочетаний), такие как *well* и *top*. Обладающие оценочной семантикой, данные компоненты способствуют формированию положительного оценочного значения всего слова (словосочетания).

Языковые единицы с компонентом *well* (*well-maintained* / в хорошем состоянии, *well-managed* / благоустроенный, *well-equipped* / прекрасно оборудованный, *well-kept* / ухоженный, *well(-)looked after* / ухоженный, *well(-)organized* / хорошо организованный) используются как средства оценочной характеристики инфраструктуры университета и организации процесса обучения. С их помощью в текстах студенческих отзывов реализуются нормативные оценки.

*The facilities are very new and **well-managed**.* / Помещения совершенно новые и благоустроенные. *The lectures were always **well organized**.* / Лекции всегда были хорошо организованы.

Языковые единицы с компонентом *top* (*top-tier* / высококлассный»; *top-notch* / первоклассный; *top-ranked* / первоклассный, ведущий; *top drawer* / высококлассный, высшего уровня; *top quality* / высочайшего качества; *top uni* / ведущий универ) служат для выражения общей оценочной характеристики университета и частной нормативной оценки его

инфраструктуры. В своем значении данные средства языка содержат интенсифицирующий компонент, указывающий на то, что объект оценки обладает наивысшей степенью качества.

*The facilities are **top-notch**, with awesome libraries, high-tech labs, and incredible sports facilities. / Инфраструктура здесь на высшем уровне: потрясающие библиотеки, высокотехнологичные лаборатории и невероятные спортивные сооружения. Loughborough is definitely one of the **top unis** in the world and I love it so much. / Лафборо, несомненно, один из лучших университетов в мире, и я его очень люблю.*

С целью выражения положительного оценочного значения в отзывах студентов также употребляются синтаксические конструкции, содержащие средства отрицания в сочетании с отрицательными оценочными лексемами: *not bad; nothing bad; not lonely; couldn't fault; not much to complain about.*

*It's **not bad** so far and I have made friends here. / Пока что все неплохо, и я завел здесь друзей. **Couldn't fault** it at all, brill uni. / Не к чему придираться, отличный универ.*

С помощью данных выражений автор указывает на отсутствие каких-либо негативных моментов, связанных с процессом обучения в рассматриваемом учебном заведении, что расценивается им положительно.

Кроме лексики изначально аксиологической семантики, оценочные значения в текстах отзывов реализуются с помощью «квазиоценочных» единиц языка: лексем, словосочетаний или предложений, раскрывающих оценочное значение в данном контексте. Это нейтральные по своей семантике единицы языка, приобретающие оценочный смысл на основании того, что описываемое в них положение вещей в картине мира субъектов расценивается как плохое или хорошее [Вольф, 2006, с. 32]. В условиях положительного оценочного контекста, который свойственен студенческим отзывам, квазиоценочные единицы языка приобретают положительные оценочные значения.

С точки зрения лексико-семантических особенностей в текстах отзывов можно выделить несколько групп квазиоценочных лексем, выражающих оценки с позиции: 1) количества; 2) размера; 3) вовлеченности студентов в социальную жизнь; 4) расстояния, доступности; 5) с других позиций. В основном данные средства языка участвуют в объективации утилитарных оценок.

Первая, наиболее многочисленная, группа квазиоценочных лексических единиц представлена словами разной частеречной принадлежности с семой «неопределенно большое количество»: *many / много; a lot of / много; lots of / много; loads of / множество; tons of / уйма, куча; plenty of / много, вдоволь; abundance / множество, изобилие; range / ряд; selection / набор, выбор; variety / множество, разнообразие; ample / достаточный, обильный; comprehensive / обширный.* Данные лексемы зафиксированы при описании количества студенческих клубов, обществ и проводимых в университете мероприятий, а также объема оказываемой студентам помощи и поддержки.

*There are **lots of** clubs and societies to join and make new connections and socialise. / Есть множество клубов и обществ, в которые можно вступить, завести новые знакомства и пообщаться. Great sport facilities, student union holds good events and there's **plenty of** help from the career service. / Отличные спортивные сооружения, студенческий союз проводит отличные мероприятия, а карьерный центр оказывает большую поддержку.*

Вторая группа представлена качественными прилагательными с семантическим компонентом «размер»: *large / большой, vast / обширный, spacious / просторный, expansive / обширный, big / большой, compact / компактный, huge / громадный.* С помощью данных лексем в основном дается оценочная характеристика территории студенческого городка.

***Big** campus with lots of nice green spaces to study. / Большой кампус с множеством красивых зеленых учебных пространств. Loughborough University is a **vast** campus with many departments and sports facilities all in 520 acres of land. / Университет Лафборо – это огромный кампус со множеством факультетов и спортивных сооружений, расположенный на 520 акрах земли.*



В третью группу входят лексемы, описывающие динамичный образ жизни студентов и интенсивную работу студенческих организаций: *active* / активный, *engaged* / занятый, вовлеченный, *buzz* / гудеть.

The clubs and societies are very active. / Клубы и общества очень активны. *University keep us very engaged and involved in activities.* / Университет постоянно поддерживает нашу занятость, вовлекая нас в различные мероприятия.

Четвертую группу составляют слова со значением «расположенный близко»: *close*, *near*, *nearby*, *walkable*.

Accommodation very close to university! Would definitely recommend students to stay here, especially because of the location. / Проживание в непосредственной близости от университета! Я бы определенно рекомендовал студентам остановиться здесь, особенно из-за расположения. *All nice and compact and walkable.* / Все красиво, компактно и доступно для пеших прогулок.

В пятую группу включены качественные прилагательные разной семантики: *easy*, *fast*, *green*, *new*, *quiet*.

Wifi is very fast. / Вайфай работает очень быстро. *University of Leeds is huge and luscious green.* / Университет Лидса огромен и утопает в зелени.

Для выражения положительной оценки в текстах отзывов также используются стилистические средства языка, среди которых основное место занимают идиомы и метафоры. Оценочные смыслы, которые они передают, в большинстве случаев достаточно легко считываются: *a really nice touch* / приятное дополнение, приятный, милый штрих; *on top* / успешный, занявший первое место; *top-notch* / наивысшего качества, первоклассный; *world-class* / мирового класса; *state-of-the-art* / новейший, соответствующий последним достижениям; *brand new* / совершенно новый, новенький; *stand out* / выгодно отличаться; *great value for money* / стоит своих денег; *worth it* / стоит того; *go above and beyond* / превзойти себя, делать все возможное и невозможное; *full of life* / полный жизни; *feel at home* / чувствовать себя как дома; *an ideal place* / идеальное место; *love with all of one's heart* / любить всем своим сердцем; *real highlight* / настоящая изюминка; *warm atmosphere* / теплая атмосфера.

Sports facilities are second to none. / Спортивные сооружения не имеют себе равных. *Great university campus, placed in the heart of the city.* / Великолепный университетский городок, расположенный в самом сердце города.

В некоторых случаях положительные оценочные смыслы, реализуемые с помощью идиоматических выражений и метафор, могут быть не вполне очевидны вне контекста: *big on sth* / серьезно заниматься; *on hand* / имеющийся в распоряжении; *never fail* / не переставать; *give it a go* / попробовать что-то новое; *no end of things* / бесконечно много, масса, уйма; *very in place* / очень к месту; *tight-knit* / тесно спаянный; *hot pot* / плавильный котел; *academic journey* / научное путешествие.

A campus to fall in love with and great facilities all around. / Кампус, в который можно влюбиться, и повсюду великолепные условия. *There are many opportunities for you to have a try.* *Hope time slows down.* / У вас есть много возможностей попробовать что-то новое. Надеюсь, время замедлит свой ход.

Как показал практический анализ, идиоматические и метафорические выражения используются авторами отзывов для оценочной характеристики всех аспектов студенческой жизни. Обладая особой выразительностью и образностью, данные средства языка делают тексты отзывов более экспрессивными и убедительными.

Еще одним важным средством создания экспрессивности в текстах отзывов является интенсификация оценки, в процессе которой происходит усиление признака «хорошо». Такое усиление признака, согласно С.Е. Родионовой, является существенно значимым для говорящего, выдвигаемым им по значимости на первый план [Родионова, 2004, с. 304].

Интенсификация в исследуемом материале может актуализироваться через семантику оценочных слов, в значении которых имплицитно содержится сема интенсивности (*fantastic, top, excel*), уже упоминавшихся ранее. Другим способом интенсификации является использование лексических интенсификаторов – эксплицитных выразителей интенсивности, стилистических повторов и графических интенсифицирующих средств, которые широко представлены в анализируемых интернет-отзывах.

Самыми распространенными лексическими интенсификаторами являются усилительные наречия *very / очень, really / очень, крайне, super / очень* и *so / так, такой*.

*The range of resources is fantastic, and the professors are **super** knowledgeable and **really** approachable. / Здесь фантастический выбор ресурсов, а преподаватели высококвалифицированные и очень охотно идут навстречу.*

Весьма многочисленными средствами интенсификации в текстах отзывов являются разнообразные виды повторов: лексический повтор, полисиндетон, эпифора, обрамление.

*The front desk staff are **very, very** friendly! / Персонал на стойке регистрации очень, очень дружелюбный! **Great place to stay. Great place to enjoy.** / Отличное место для отдыха. Отличное место для приятного времяпрепровождения. **All good. The staff is so nice. And the location is so convenient. All good.** / Все хорошо. Персонал очень приятный. И расположение очень удобное. Все хорошо.*

Среди графических средств усиления оценки зафиксированы мультипликация букв, капитализация, эмодзи и знаки препинания, которые служат для передачи положительных эмоций авторов отзывов.

loveeee it / обожааааю его. GREAT SUPPORT TEAM, GREAT college / ОТЛИЧНАЯ КОМАНДА ПОДДЕРЖКИ, ОТЛИЧНЫЙ колледж. Love it so much !!!!!!!!!!!!!!! / Я так люблю его!!!!!!!!!!!!!!!!!! I couldn't imagine myself anywhere else :) / Я не могу представить себя где-то еще :).

Как видно из приведенных выше примеров, включение в текст отзыва различных интенсифицирующих средств повышает его экспрессивность, усиливая воздействие на эмоциональную сферу адресата.

Заключение

Итак, исследование репрезентации положительной оценки в интернет-отзывах студентов о британских университетах позволило выявить ряд особенностей.

Во-первых, рассматриваемый вид отзыва характеризуется большим разнообразием языковых средств, выражающих положительную оценку. Первичным средством выражения положительной оценки в студенческих отзывах можно считать лексические единицы, в семантической структуре которых содержится положительная оценочная сема (85 %). Вторичными средствами реализации положительной оценки в текстах отзывов служат: 1) квазиоценочные языковые единицы, реализующие положительное оценочное значение в контексте (6 %); 2) стилистические средства языка с положительной оценочной семантикой (4 %), 3) компоненты сложных слов (словосочетаний) с положительной семантикой (3,5 %); 4) синтаксические конструкции со средствами отрицания в сочетании с отрицательными оценочными лексемами (1,5 %).

Во-вторых, в текстах анализируемых отзывов находят отражение различные типы оценочных значений. Наиболее распространенным типом оценок оказались частные оценки (57 %). Самыми востребованными из них являются утилитарные оценки (21 %), связанные с повседневной жизнью студентов. Объектами таких оценок становятся территория и местонахождение университета, условия обучения и проживания, работа студенческих организаций. Критериями для вынесения утилитарных оценок служат удобство, психологический комфорт и организация внеучебной деятельности в университете, которые, судя по данным количественного анализа, представляют наибольшую ценность в британской образовательной среде. Другие виды частных оценок – эмоциональные (10 %),



этические (10 %) и нормативные (8,5 %) – эксплицируются студентами в два раза реже, чем утилитарные. Ценностными критериями, которые лежат в основе данных оценок, являются личные эмоциональные ощущения студентов, характер взаимоотношения между членами университетского сообщества, а также уровень оснащения университета и профессионализм преподавательского состава. Остальные виды частных оценок – эстетические (5 %), телеологические (1,5 %), сенсорно-вкусовые (0,5 %) и интеллектуальные (0,5 %) – в исследуемом материале малорепрезентативны. Общеоценочные значения уступают по частотности частнооценочным, тем не менее их доля в общем объеме практического материала достаточно высока (43 %). Данный вид оценок чаще всего используется при выражении общего впечатления об университете и студенческом городке. Языковые единицы, выражающие общие оценки, характеризуются небольшой информативностью и высокой степенью субъективности, вследствие чего они в большей степени, чем частнооценочные лексемы, реализуют намерение автора порекомендовать оцениваемое учебное заведение и побудить читателя последовать этой рекомендации.

В-третьих, оценки, объективируемые в интернет-отзывах, отличаются высоким уровнем интенсивности, который достигается за счет использования различных средств интенсификации. Наличие в отзывах большого количества интенсифицирующих и стилистических средств придает им высокую экспрессивность и стимулирует положительную эмоциональную реакцию адресата.

Благодаря описанным выше особенностям интернет-отзыв об университете становится мощным средством воздействия на мнение адресата об учебном заведении, эффективным способом привлечения в него новых студентов.

Таким образом, в ходе проведенного исследования нами получен ряд результатов: выявлены и детально описаны средства выражения оценки, свойственные жанру интернет-отзыва об университете, который ранее не подвергался всестороннему лингвистическому анализу; описаны типы оценочных значений, используемые при характеристике различных аспектов обучения в университете; установлена частотность оценок разного вида и ценностные критерии, лежащие в их основе; рассмотрены основные средства интенсификации оценки.

Полученные результаты позволяют расширить существующие представления об аксиологической и жанровой специфике речевого жанра интернет-отзыва, относящегося к сфере образования, и определяют вклад авторов статьи в изучение данной проблемы. Перспективным направлением дальнейшего исследования представляется сравнительный анализ средств выражения оценки положительного и/или отрицательного характера в текстах отзывов, составленных носителями различных лингвокультур.

Список литературы

- Азылбекова Г.О. 2017. Прагматика оценки. Павлодар, Кереку, 122 с.
- Анисимова А.Т. 2021. Студенческий отзыв о преподавателе как оценочный речевой жанр в российском и американском образовательных дискурсах. *Жанры речи*, 2(30): 109–117. DOI: [10.18500/2311-0740-2021-2-30-109-117](https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-2-30-109-117)
- Анисимова А.Т. 2023. Студенческая оценка преподавателя: лингвоаксиологический аспект. *Преподаватель XXI век*, 2–2: 421–433. DOI: [10.31862/2073-9613-2023-2-421-433](https://doi.org/10.31862/2073-9613-2023-2-421-433)
- Арутюнова Н.Д. 1988. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. Под ред. Г.В. Степанова. Москва, Наука, 341 с.
- Бирр-Цуркан Л.Ф. 2020. Средства выражения оценки в отзывах о товаре (на материале немецкого журнала «Test»). В кн.: Культурные индустрии в институтах общества потребления. Материалы Всероссийской научной конференции (Великий Новгород, 07–08 апреля 2020 г.). Под ред. С.А. Маленко, А.Г. Некита. Великий Новгород, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого: 6–15. DOI: [10.34680/978-5-89896-672-0/2020.cultindustry.01](https://doi.org/10.34680/978-5-89896-672-0/2020.cultindustry.01)

- Былина Е.Э. 2021. Коммуникативно-прагматические аспекты жанра интернет-отзыва. *Балтийский гуманитарный журнал*, 10–4(37): 210–215. DOI: [10.26140/bgз3-2021-1004-0050](https://doi.org/10.26140/bgз3-2021-1004-0050)
- Водяницкая А.А. 2021. Лингвоаксиологические аспекты отзыва студента как жанра академического дискурса. *Теоретическая и прикладная лингвистика*, 7(2): 25–34. DOI: [10.22250/2410-7190_2021_7_2_25_34](https://doi.org/10.22250/2410-7190_2021_7_2_25_34)
- Вольф Е.М. 2006. Функциональная семантика оценки. Москва, КомКнига, 280 с.
- Горошко Е.И. 2012. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры. В кн.: Агаюлова С.И., Галичкина Е.Н., Горошко Е.И. [и др.]. Интернет-коммуникация как новая речевая формация. Под ред. Т.Н. Колокольцевой, О.В. Лутовиновой. Москва, Флинта, Наука: 9–52.
- Иссерс О.С. 2023. Речевой жанр отзыва потребителя и его трансформация в цифровую эпоху (на материале отзывов о докторрах). *Жанры речи*, 18–4(40): 375–385. DOI: [10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-375-385](https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-375-385)
- Кожухова И.В., Кисенко А. 2022. Отзыв туриста об отеле: статусность и аксиологическая оценка. *Мир науки, культуры, образования*, 6(97): 616–617. DOI: [10.24412/1991-5497-2022-697-616-618](https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-697-616-618)
- Маркелова Т.В. 1993. Семантика оценки и средства ее выражения в русском языке. Москва, Изд-во МПУ, 125 с.
- Погорелова И.В. 2017. Лингвосемиотический аспект интернет-отзыва. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 10–3(76): 149–152.
- Родионова С.Е. 2004. Интенсивность и ее место в ряду других семантических категорий. *Славянский вестник*, 2: 300–313.
- Телия В.Н. 1986. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. Под ред. А.А. Уфимцевой. Москва, Наука, 141 с.
- Терских М.В. 2014. Жанр интернет-отзыва в туристическом дискурсе (маркетинговый потенциал). *Политическая лингвистика*, 4(50): 274–283.
- Якушина Р.М. 2003. Динамические параметры оценки: на материале современного английского языка. Дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 179 с.
- Chik A., Vásquez C. 2017. A comparative multimodal analysis of restaurant reviews from two geographical contexts. *Visual Communication*, 16(1): 3–26. DOI: [10.1177/1470357216634005](https://doi.org/10.1177/1470357216634005)
- Evaluation in context. 2014. Eds. G. Thompson, L. Alba-Juez. Amsterdam and Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 418 p.
- Taboada M. 2011. Stages in an online review genre. *Text & Talk - An Interdisciplinary Journal of Language, Discourse & Communication Studies*, 31: 247–269. DOI: [10.1515/text.2011.011](https://doi.org/10.1515/text.2011.011)
- Wang F., Karimi S. 2018. Linguistic Style and Online Review Helpfulness. In: Thirty Eighth International Conference on Information Systems (South Korea, December 10–14, 2017). University of Liverpool. URL: <https://livrepository.liverpool.ac.uk/3014449/1/Wang%20and%20Karimi%20ICIS.pdf> (accessed: December 22, 2024).

References

- Azylbekova G.O. 2017. Pragmatika otsenki [The Pragmatics of Evaluation]. Pavlodar, Publ. Kereku, 122 p.
- Anisimova A.T. 2021. Student comments on a professor's rating as an evaluating speech genre in Russian and American educational discourse. *Speech Genres*, 2(30): 109–117 (in Russian). DOI: [10.18500/2311-0740-2021-2-30-109-117](https://doi.org/10.18500/2311-0740-2021-2-30-109-117)
- Anisimova A.T. 2023. Students Evaluation of Faculty: Linguistic and Axiological Perspective. *Prepodavatel XXI vek. Russian Journal of Education*, 2–2: 421–433 (in Russian). DOI: [10.31862/2073-9613-2023-2-421-433](https://doi.org/10.31862/2073-9613-2023-2-421-433)
- Arutyunova N.D. 1988. Tipy yazykovykh znachenii: Otsenka. Sobytie. Fakt [Types of linguistic meanings: Evaluation. Event. Fact]. Ed. G.V. Stepanov. Moscow, Publ. Nauka, 341 p.
- Birr-Tsurkan L.F. 2020. Ways of Expressing Evaluation in Product Reviews (Based on “Test” Magazine, Germany). In: Kul'turnye industrii v institutakh obshchestva potrebleniya [Cultural Industries in Consumer Society Institutions]. Proceedings of the All-Russian Scientific Conference (Veliky Novgorod, April 7–8, 2020). Eds. S.A. Malenko, A.G. Nekita. Veliky Novgorod, Publ. Novgorodskii



- gosudarstvennyi universitet imeni Yaroslava Mudrogo: 6–15. DOI: [10.34680/978-5-89896-672-0/2020.cultindustry.01](https://doi.org/10.34680/978-5-89896-672-0/2020.cultindustry.01)
- Bylina E.E. 2021. Communicative-Pragmatic Aspects of the Genre of Internet Reviews. *Baltic Humanitarian Journal*, 10–4(37): 210–215 (in Russian). DOI: [10.26140/bgz3-2021-1004-0050](https://doi.org/10.26140/bgz3-2021-1004-0050)
- Vodyanitskaya A.A. 2021. Linguistic and axiological aspects of a student's review as a genre of academic discourse. *Theoretical and Applied Linguistics*, 7(2), 25–34 (in Russian). DOI: [10.22250/2410-7190_2021_7_2_25_34](https://doi.org/10.22250/2410-7190_2021_7_2_25_34)
- Vol'f E.M. 2006. *Funktsional'naya semantika otsenki* [Functional semantics of evaluation]. Moscow, Publ. KomKniga, 280 p.
- Goroshko E.I. 2012. *Sovremennaya internet-kommunikatsiya: struktura i osnovnye parametry* [Modern Internet communication: structure and main parameters]. In: Agagyulova S.I., Galichkina E.N., Goroshko E.I. [i dr.]. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya* [Internet communication as a new speech formation]. Ed. T.N. Kolokol'tseva, O.V. Lutovinova. Moscow, Publ. Flinta, Nauka: 9–52.
- Issers O.S. 2023. Speech genre of consumer reviews and its transformation in the digital age (based on reviews of doctors). *Speech Genres*, 18–4(40): 375–385 (in Russian). DOI: [10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-375-385](https://doi.org/10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-375-385)
- Kozhukhova I.V., Kisenko A. 2022. Hotel Review Made by a Tourist: Status and Axiological Assessment. *The world of science, culture and education*, 6(97): 616–617 (in Russian). DOI: [10.24412/1991-5497-2022-697-616-618](https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-697-616-618)
- Markelova T.V. 1993. *Semantika otsenki i sredstva ee vyrazheniya v russkom yazyke* [Semantics of evaluation and means of its expression in the Russian language]. Moscow, Publ. Izd-vo MPU, 125 p.
- Pogorelova I.V. 2017. Linguo-Semiotic Aspect of Internet-Commentary. *Philological sciences. Issues of theory and practice*, 10(76): 149–152 (in Russian).
- Rodionova S.E. 2004. Intensivnost' i ee mesto v ryadu drugih semanticheskikh kategorii [Intensity and its place among other semantic categories]. *Slavyanskii vestnik*, 2: 300–313.
- Teliya V.N. 1986. Konnotativnyi aspekt semantiki nominativnykh edinits [Connotative aspect of semantics of nominative units]. Ed. A.A. Ufimtseva. Moscow, Publ. 141 p.
- Terskikh M.V. 2014. Internet Comments in Tourist Discourse (Marketing Potential). *Political Linguistics*, 4(50): 274–283 (in Russian).
- Yakushina R.M. 2003. *Dinamicheskie parametry otsenki: na materiale sovremennogo angliiskogo yazyka* [Dynamic parameters of assessment: based on the material of the modern English language]. Dis. ... Cand. Philol. Sciences. Ufa, 179 p.
- Chik A., Vásquez C. 2017. A comparative multimodal analysis of restaurant reviews from two geographical contexts. *Visual Communication*, 16(1): 3–26. DOI: [10.1177/1470357216634005](https://doi.org/10.1177/1470357216634005)
- Evaluation in context. 2014. Eds. G. Thompson, L. Alba-Juez. Amsterdam and Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 418 p.
- Taboada M. 2011. Stages in an online review genre. *Text & Talk - An Interdisciplinary Journal of Language, Discourse & Communication Studies*, 31: 247–269. DOI: [10.1515/text.2011.011](https://doi.org/10.1515/text.2011.011)
- Wang F., Karimi S. 2018. Linguistic Style and Online Review Helpfulness. In: Thirty Eighth International Conference on Information Systems (South Korea, December 10–14, 2017). University of Liverpool. URL: <https://livrepository.liverpool.ac.uk/3014449/1/Wang%20and%20Karimi%20ICIS.pdf> (accessed: December 22, 2024).

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 28.12.2024

Поступила после рецензирования 28.01.2025

Принята к публикации 10.03.2025

Received December 28, 2024

Revised January 28, 2025

Accepted March 10, 2025

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Ковыршина Елена Олеговна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков и технологии перевода, Воронежский государственный технический университет, г. Воронеж, Россия.

Кукшинова Елена Николаевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных, естественно-научных и общепрофессиональных дисциплин, филиал Ростовского государственного университета путей сообщения в г. Воронеж, г. Воронеж, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Elena O. Kovyrshina, Candidate of Philology, Associate Professor of the Foreign Languages and Technology of Translation Department, Voronezh State Technical University, Voronezh, Russia.

Elena N. Kukshinova, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Social Sciences and Humanities, Natural Sciences and General Professional Disciplines, Voronezh Branch of Rostov State Transport University, Voronezh, Russia.