

Научная статья

УДК 81'271:619:81'42:811.111.26

DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-119-127

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ В ИНТЕРНЕТ-ОТЗЫВЕ КАК ЖАНРЕ ВЕТЕРИНАРНОГО ДИСКУРСА (БРИТАНСКИЙ СЕГМЕНТ)

Ольга Николаевна Новикова^{1✉}, Рахим Закиевич Мурясов²,
Альфия Фаритовна Азнабаева³

¹ Башкирский государственный аграрный университет, Уфа, Россия, novikova58@bk.ru, 0000-0002-9271-7732

² Уфимский университет науки и технологий, Уфа, Россия, 0000-0001-9691-8294

³ Башкирский государственный аграрный университет, Уфа, Россия, pjatashok@yandex.ru, 0000-0002-5382-7824

Аннотация. Интернет-отзыв потребителя ветеринарных услуг как новый формат взаимодействия клиента и ветеринарного врача представляет собой ценностно-ориентированный жанр ветеринарного дискурса, характеризующийся вариативностью структуры и объема. Высокая степень эмоциональности и экспрессивности ветеринарного дискурса свидетельствует о сильной положительной связи «человек—животное». Настоящее исследование укладывается в рамки инновационного междисциплинарного подхода к концепции зооэзиса. Цель — описать языковые средства выражения оценки в интернет-отзыве как новом жанре ветеринарного дискурса и определить перспективы исследований. В работе использовались методы общенаучного анализа, описательный, компонентный. Анализу были подвергнуты 500 отзывов клиентов поставщиков ветеринарных услуг в Великобритании, размещенные на официальных сайтах ветеринарных клиник. Установлено, что основным средством выражения оценки выступает оценочная лексика, фразеология, экспрессивный синтаксис, а невербальные эмоциональные знаки задействованы в меньшей степени. Доказано, что произвольность выбора языковых средств субъектом оценки обуславливает нарушение языковых норм, что сближает интернет-отзыв с разговорной речью. Установлено также, что большинство отзывов (93 %) — мелиоративные. Определены лингвопрагматические свойства языковых средств выражения оценки в интернет-отзыве рассматриваемого дискурса как фактора, обеспечивающего успешность дистанционной коммуникации, оказывающего влияние на имидж и репутацию ветеринарного учреждения. Результаты исследования могут быть использованы в курсе коммуникаций в сфере ветеринарной медицины и ветеринарной деонтологии в вузе. Перспективы будущих исследований заключаются в сопоставительно-стилистических исследованиях жанра онлайн-отзыва и других жанров интернет-контента, в сравнительно-сопоставительном анализе онлайн-отзывов.

Ключевые слова: ветеринарная коммуникация, ветеринарный дискурс, интернет-отзыв, жанр дискурса, оценка, ветеринарные услуги, взаимодействие ветврача и клиента

Для цитирования: Новикова О. Н., Мурясов Р. З., Азнабаева А. Ф. Языковые средства выражения оценки в интернет-отзыве как жанре ветеринарного дискурса (британский сегмент) // Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 2 (508). С. 119–127. DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-119-127.

Original article

LANGUAGE MEANS OF EXPRESSING EVALUATION IN ONLINE REVIEW AS A GENRE OF VETERINARY DISCOURSE (BRITISH SEGMENT)

Olga N. Novikova^{1✉}, Rakhim Z. Muryasov², Alfiya F. Aznabaeva³

¹ Bashkir State Agrarian University, Ufa, Russia, novikova58@bk.ru, 0000-0002-9271-7732

² Ufa University of Science and Technology, Ufa, Russia, 0000-0001-9691-8294

³ Bashkir State Agrarian University, Ufa, Russia, pjatashok@yandex.ru, 0000-0002-5382-7824

Abstract. The online review of veterinary services, as a new format of interaction between the client and the veterinarian, represents a value-oriented genre of veterinary discourse, characterized by variability in structure and

volume. The high degree of emotionality and expressiveness indicates a strong positive bond between human and animal. This study fits into the framework of an innovative interdisciplinary approach to the concept of zoeosis. The article aims to describe the linguistic means of expressing evaluation in an online review as a new genre of veterinary discourse and to determine the prospects for research. The study employed general scientific analysis methods, descriptive methods, and componential analysis. We analyzed 500 customer reviews of UK veterinary service providers posted on the clinics' official websites. We found that the primary means of expressing evaluation is evaluative vocabulary, phraseology, and expressive syntax, while nonverbal emotional cues are used to a lesser extent. It has been demonstrated that the arbitrariness of the subject's choice of linguistic means leads to the violation of linguistic norms which brings online veterinary reviews closer to colloquial speech. It has also been established that the majority of reviews (93%) are melioration-oriented. The linguopragmatic properties of linguistic means of expressing assessment in an online review of veterinary discourse are determined as a factor ensuring the success of distance communication, influencing the image and reputation of a veterinary institution. The results of this study can be used in university courses on communication in veterinary medicine and veterinary ethics. Prospects for future research include comparative stylistic studies of the online review genre and other genres of Internet content, and comparative analysis of online reviews.

Keywords: veterinary communication, veterinary discourse, online review, discourse genre, evaluation, veterinary services, interaction between a veterinarian and a client

For citation: Novikova ON, Muryasov RZ, Aznabaeva AF. Language Means of Expressing Evaluation in Online Review as a Genre of Veterinary Discourse (British Segment). *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2026;(2(508)):119-127. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-119-127.

Введение

С развитием технологий и социальных медиа жанр интернет-дискурса продолжает эволюционировать, что открывает новые возможности для взаимодействия между потребителями и производителями и делает актуальным изучение его с лингвистической точки зрения. В настоящей статье объектом исследования выступает жанр ветеринарного дискурса, или жанр дискурса ветеринарной медицины (ВД), как динамичное, развивающееся явление деятельности человека. Интернет как средство сотрудничества между участниками ветеринарной деятельности способствует выявлению потребностей общества и, соответственно, установлению эффективных отношений в диаде «клиент — ветврач».

Бытование и изучение ВД имеют сравнительно недолгую историю; основной массив языковедческих исследований посвящен рассмотрению терминологии и коммуникативных умений ветеринара. Сегодня на успех взаимодействия клиента с ветеринаром значительное влияние оказывает всё увеличивающаяся открытость рассматриваемой деятельности из-за компьютерно-опосредованной коммуникации. Ничтожно малое количество исследований последней в ракурсе воздействующего потенциала на формирование стратегий поведения ветврача, его образа и рейтинга ветеринарной лечебницы в условиях меняющихся отношений «человек — животное» [18; 22], возникновение нового виртуального жанра, а также интерес к языковому выражению оценки [20] обуславливают теоретическую и практическую актуальность проведенной

работы. Введение в научный оборот нового фактического материала — интернет-отзывов клиентов об оказанных услугах — открывает новый ракурс рассмотрения дискурса. Цель состоит в анализе языковых средств выражения оценки как основного жанрообразующего элемента в интернет-отзывах потребителей ветеринарных услуг.

Материалы и методы исследования

Достижение цели исследования предполагает решение следующих задач: анализ состояния изученности вопроса; сбор эмпирического материала с сайтов ветеринарных лечебниц Великобритании; выявление языковых способов выявления оценки в интернет-отзывах клиентов об оказанных услугах; определение дальнейших направлений исследования.

В эпоху цифровизации одной из новых форм взаимодействия потребителя с поставщиком товаров или услуг стал интернет-отзыв, под которым понимают «размещенное в сети асинхронное речевое произведение, содержание которого составляет мнение автора о продукте или услуге. Новое направление лингвистических исследований XXI века — виртуальное жанроведение — причисляет интернет-отзыв к виртуальным жанрам, наряду с форумами, электронной почтой, чатами, конференциями, блогами, сайтами, электронными библиотеками, онлайн-энциклопедиями, интернет-комментариями и др.» [11, с. 150]. Определение Е. Э. Былиной также подчеркивает асинхронность взаимодействия и переводит его в дискурсивную плоскость: «интернет-отзыв —

это относящееся к классу речевых жанров наивно-го дискурса, реализуемое в рамках асинхронной виртуальной коммуникации, речевое произведение, содержащее в себе мнение и оценку автора о товаре или услуге» [1, с. 393]. В жанроведении интернет-отзыв относят к гибридным жанрам, включающим жанры-антагонисты: похвала — порицание, благодарность — жалоба. М. А. Nasser расширяет жанр, включая в него рекомендации и предложения [19]. В связи с этим следует отметить двусмысленность рассматриваемого термина: с одной стороны, становление жанра идет от узкоспециальной, профессиональной рецензии через обращение к широкой аудитории и упрощение при сохранении определенной структуры [14]; с другой стороны, жанром-прототипом выступает отзыв потребителя в книге жалоб и предложений также с приобретением характеристик медижанра [6].

Мы рассматриваем отзыв потребителя продукта или услуги, языковыми характеристиками которого называют личностный подход, сжатость, лаконичность, информативность, аргументированность, отсутствие жесткой композиции и структуры, наличие обратной связи, диалогичность, доступность [4; 6], а также конфликтогенность [5].

Основным дискурсивным параметром этого жанра признается оценочность. Цель оценочных жанров — «выражать позитивное/негативное отношение автора высказывания к фактам действительности. Отсюда очевидна типология этих жанров — хвалебные (позитивно-оценочные) и хулительные (негативно-оценочные)» [17, с. 388–389]. Право на оценку имеет субъект (адресант) как потребитель товара или услуги [6]. С. Д. Погорелова и А. С. Яковлева определяют оценку как «умственный акт, в результате которого устанавливается отношение субъекта к оцениваемому объекту» [11, с. 98]. Для нашего исследования релевантна трактовка понятия «оценка», предложенная В. А. Марьянчик, согласно которой внимание фокусируется на *действии* субъекта: «... оценка — это приписывание положительных или отрицательных свойств тому или иному объекту, выражение отношения к данному объекту, фиксация объекта на оценочной шкале и в аксиологическом поле» [8, с. 101].

По коммуникативным ролям и предмету общения интернет-отзыв относят к определенному дискурсу [3, с. 16–19]. По каналу коммуникации интернет-отзыв является частью интернет-дискурса, а по коммуникативному намерению субъекта (адресанта, автора) он выступает как оценочный дискурс [3; 13].

Мы понимаем под интернет-отзывом письменную оценку товара и/или услуги, основанную на личном опыте взаимодействия автора с ветеринарной лечебницей и нацеленную на изменение поведенческой модели сотрудников лечебного заведения и/или организации его деятельности.

Результаты исследования и их обсуждение

Материалом исследования послужили 500 отзывов клиентов, размещенных на официальных сайтах ветеринарных клиник и больниц Великобритании и актуальных на момент написания статьи; адреса получены по запросу «UK veterinary clinics» в поисковой системе Google. Такое размещение отзыва сразу показывает его целевую аудиторию — работников самого лечебного учреждения и потенциальных клиентов.

Многомерность реализации оценки в интернет-отзывах позволяет описывать их по разным основаниям [4; 6; 14]. А. А. Ивин справедливо полагает, что неявная выраженность какого-либо фиксирующего оценочное высказывание компонента вовсе не означает отсутствие оценки [16]. В нашем исследовании, опираясь на разработанную им модель, мы выделяем следующие структурные компоненты оценки:

1. Субъектом оценки является получатель услуг ветеринарной лечебницы; его/ее авторство скрыто за интернет-ником.

2. Предметом оценки выступают составляющие ВД как институционального и профессионального дискурса [9, с. 13].

Выявленные нами оцениваемые аспекты, в порядке убывания, свидетельствуют о запросе на признание индивидуальной ценности пациента ветеринаром в контексте сегодняшних биоэтических стандартов:

– оказанные услуги: *The best veterinary care I've ever seen given!! They looked after my poppy when she was so poorly, they treated her with such care and love and no question was left unanswered.* (Орфография и пунктуация авторов отзывов сохранена). Как видно из примера, оценке подлежат действия специалистов по отношению и к животному-пациенту — внимательность и любовь в процессе лечения, и к владельцу животного — клиенту: ответы на все вопросы, обеспечение спокойствия беспокоящемуся хозяину;

– удобство записи на прием, соблюдение времени назначенной консультации: *appointment on time;*

– санитарное состояние лечебницы: *really clean veterinary practice;*

– речевое поведение персонала: *My puppy was seen by a female vet yesterday. Who was very patronising. Talking as if I never owned a puppy before definitely won't be seeing her again. Very rude*: клиенту не понравились тон и манера ведения разговора, в котором, очевидно, не принималась во внимание точка зрения владельца животного. *Dr Nick was a star, he took on board everything we had to say and explained everything in plain English as well as some other helpful tips!*: клиента выслушали, предоставили все объяснения понятным языком, помогли советами; *they always greet our dogs by name*: обращение к клиенту и пациенту по имени является обязательным требованием к коммуникативным умениям ветврача;

– открытость работы специалистов: *Love being able to book appointments online and to see pictures of my cat and his scan photos and details of his blood tests on my account*;

– наличие/отсутствие пост-лечебного сопровождения: *Had to have my lovely cat put down he was nearly 18 and was struggling to breathe. The staff were so compassionate, considerate and kind. A few days after this happened I received a beautiful sympathy card with a picture of Monty on it. I still have the card.*

3. Характер оценки. Значительно преобладает абсолютная оценка; сравнение с услугами в других местах встречается редко: *Unlike other vets who are just about money; Vets Clinic are reasonably priced compared to other vets.*

4. Основание оценки. Если в сравнительных оценках основание оценки эксплицитно выражено через сравнение с иным опытом субъекта, то основание для вынесения абсолютных суждений может быть не выражено вербально: *Absolutely awful vets, whom don't even deserve 1 star.* Словесное обоснование не ограничено по объему, включает в себя историю посещения лечебницы, при этом отмечается сложность случая, тяжелый характер животного: *Cared for our cat Charlie for many years; As a Belgian Malinois with a strong personality, he can be quite challenging in uncomfortable situations. But with Theresa and Maria he is always in safe hands.*

Оценка помещает объект на определенное место в оценочной шкале на основе ценностей субъекта. Субъективный взгляд автора, его/ее определенное коммуникативное намерение обуславливают выбор оценочных средств на всех уровнях языка. В интенции опубликовать отзыв в интернет-пространстве видится естественная потребность субъекта оценки в рефлексии. В этом смысле

оценочное действие — эмоциональная (иррациональная) реакция индивида. Уже затем возникают логические (рациональные) основания: субъективная оценка, подкрепленная фотографиями, чеками, квитанциями, может претендовать на подлинность, достоверность, персуазивность, представляя новым клиентам ветеринарных клиник возможность получать объективную информацию. В работе А. М. Погорелко и Т. Н. Герасиной находим созвучную нашей точке зрения трактовку качественной интерпретации действительности с позиции адресата: «Субъективность как реализация коммуникативных интенций и просто как отпечаток личности говорящего вполне может представлять собой неосознаваемое им явление» [10, с. 154]. Эмоционально-экспрессивный характер интернет-жанра сближает его с устной речью через имитацию в письменном тексте разговорно-фонетических средств (*FYI — For Your Information*), диминутивов (*fur baby*), разговорно-сниженной лексики (*push up daisies*), слов-интенсификаторов (*absolutely, extremely*).

Анализ показывает преобладание оценочной лексики — слов, содержащих оценочный компонент в своем значении, и передающей эмоциональное состояние автора в момент вынесения оценки [13]. При этом интенсификация (усиление) и деинтенсификация (ослабление) оценки, т. е. ее движение по оценочной шкале «хорошо — плохо» [2, с. 45], достигается через использование имен прилагательных в разных степенях сравнения и эксплицитно позитивных/негативных наречий: *really bad organization; awful worst vets; the best veterinary team; I find the vets and all the practice staff friendly and helpful.* Наречия равнозначно меняют как положительную, так и отрицательную оценку: *extremely disappointed; extremely fantastic service.*

Интерес вызывают случаи оценивания по иной шкале — числовой: в звездах, баллах, процентах — характерной для других дискурсов, например, для гостиничного или ресторанного: *I wish I could award them 10 stars; 1000% would recommend.*

Синтаксические средства оценки «представляют собой отступление от нейтрального изложения и используются для эмоционального воздействия. Стандартизованность в данном случае обеспечивается за счет воспроизводимости синтаксических фигур, в основе которых лежат схемы, наполняющиеся в речи новыми словами» [7, с. 89]; отход от формального изложения информации оказывает сильное эмоциональное воздействие на читателя. В анализируемом материале отмечены:

– восклицательные предложения: *What a wonderful service!*;

– инверсия: *Not only did they miss diagnose my mother's dog, they almost killed my sister's dog!*;

– включение идиоматических выражений: *Level of care has gone down hill; Do not touch this vets with a barge pole if you love your animals!*;

– повторение конструкции: *Lovely vets practice. Well laid out reception and waiting area with separate area for cats. Nice, wide range of products available for sale. Welcoming staff at reception desk and very helpful. Fast efficient service.*

К лексико-синтаксическим средствам выражения оценки отнесем предложения с глаголами-перформативами как содержащими в своем значении признак речевого выражения коммуникативного намерения: *Highly recommend mead vets to all pet owners.*

Выражения оценки используются комплексно, зачастую дополняясь средствами графической выразительности — написанием слов прописными буквами, выделением слов жирным шрифтом, повтором знаков препинания: *Please **DO NOT** register your pets here!! As lovely as the reception girls are and the vets that show so much care for your pet, that's not enough when you lose a pet and they jump on you with a debts collector letter before even giving you a bill!*: изменение шрифта, инверсия, метафора.

Представляется, что стремление выразить эмоции, повлиять на принятие решение читателем отзыва обуславливают его свободную структуру и объем, выбор языковых оценочных средств, обращение к невербальным знакам выражения эмоций — эмодзи и смайликам, а также служат причиной нарушения языковых норм — использование только строчных букв, опущение подлежащего — что вкуче сближает интернет-отзыв с устной разговорной речью и ставит вопрос о лингвистическом статусе текстов подобного рода.

В проанализированном материале отрицательных отзывов меньшинство, 38 из 500. Однако жалобы клиентов оказывают чрезвычайно сильное воздействие на ветврачей; так, А. R. Врусс с коллегами выявили, что 43,5% специалистов хотят сменить работу из-за жалоб клиентов, доходящих до угроз [18]. В противоположность им А. Vinyak рассматривает негативные отзывы как точки роста [21, с. 11]. Интернет-отзывы способствуют SEO-продвижению поставщика ветеринарных услуг — владельцы питомцев чаще просматривают отзывы, а не контекстную рекламу (феномен баннерной слепоты). Положительные отзывы способствуют

конвертации нейтральной аудитории в постоянных, лояльных потребителей ветеринарных услуг.

С точки зрения дискурсивного взаимодействия, в центре ВД находится потребность клиента в решении определенной задачи, а интернет-отзыв через создание речевых портретов его участников — потребителей ветеринарных услуг — и их оценку способствует выявлению потребностей социума и, соответственно, установлению эффективных отношений «клиент — ветеринар».

Выводы

Жанр интернет-отзыва в дискурсе представляет собой особую форму коммуникации, которая возникла с развитием интернета и социальных медиа. Он включает в себя мнения и оценки пользователей о товарах, услугах, местах и событиях и играет важную роль в формировании общественного мнения и потребительского поведения. Специфика интернет-отзыва как жанра ветеринарного дискурса состоит в том, что в шкале оценок, отражающей оценку удовлетворенности от оказанных услуг, преобладают диаметрально противоположные оценки от «очень хорошо» до «очень плохо». В исследованном материале сложно определить зону нормы (базирующейся на стереотипном представлении). Для онлайн-отзывов рассмотренного дискурса не характерна усредненная, нейтральная оценка «не отлично, но и не ужасно». Это свидетельствует о концептуально новом подходе к формированию человеческого Я в «мире с животными».

Анализ отзывов клиентов позволяет воссоздать ценностную картину мира потребителей ветеринарных услуг. Субъект оценки (клиент) учитывает качество предоставленных услуг:

– профессионализм врачей, скорость обслуживания и результат;

– общение с клиентом-владельцем животного и с пациентом-животным: вежливость, уважение, компетентность, понятность предоставляемой информации, готовность ответить на вопросы, постлечебное сопровождение;

– атмосферу в лечебном заведении: дружелюбие, чистоту, комфорт, удобство записи, соблюдение назначенного на прием времени;

– стоимость услуг: соответствие цены качеству, прозрачность ценообразования. Автор отзыва, обращаясь к сотрудникам лечебного заведения и к потенциальным клиентам, ставит целью принять или не принять его/ее точку зрения, формируя образ ветеринарного специалиста, лечебного учреждения.

Первичный анализ языковых средств выражения оценки в интернет-отзывах клиентов ветеринарных лечебниц позволил прийти к следующим выводам:

1) оценка может выражаться различными способами, часто в комбинации: вербализованное и невербализованное текстовое описание: перечисление того, что понравилось (мелиоративная лексика) или не понравилось (пейоративная лексика);

2) в абсолютной оценке актуализируется общее впечатление: краткое мнение о полученной услуге и/или о лечебнице в целом — в 92% отзывов преобладает положительная оценка, что косвенно указывает на уровень современной ветеринарной отрасли, с одной стороны, и высокую степень экологичности коммуникации, с другой;

3) при сравнении с другими лечебными заведениями преобладают прилагательные и наречия в превосходной степени;

4) в выводных суждениях-рекомендациях (пользоваться или не пользоваться услугами данной ветлечебницы) используются глаголы-перформативы;

5) объем текста неограничен, композиционное построение индивидуально, схема не жесткая, возможны эллиптические конструкции (выпадение подлежащего);

6) оценка выражается преимущественно лексическими средствами (слова-интенсификаторы, эмотивы, диминутивы и т. д.); в меньшей степе-

ни задействованы фразеология (идиоматические выражения) и экспрессивный синтаксис (синтаксическая редупликация, инверсия); маркерами субъективной оценки выступают невербальные иконические средства: виртуальные жесты одобрения/неодобрения, визуальные типографические и пунктуационные знаки (звездочки, галочки, числа, точки, скобки), эмодзи, смайлики.

Ограничения исследования — отдельный профессиональный дискурс, один жанр интернет-коммуникации — задают вектор его продолжения: рассмотрение интернет-отзывов на разных платформах; сравнение отзывов на материале разных языков для определения точек соприкосновения и различий в целях структурирования ветеринарного дискурса и обеспечения эффективного межъязыкового и межкультурного взаимодействия в сфере ветеринарных услуг. Поскольку дискурс формируется несколькими участниками, продуктивным представляется рассмотрение его как диалога между потребителем услуг и поставщиком (обращение к реакциям на отзывы, обратная связь).

Выводы убеждают в необходимости дальнейшей детализации жанра интернет-отзыва как в плане соотношения понятий и выражения оценки, эмоциональности и экспрессивности, так и в плане соотнесения рассматриваемого жанра с другими первичными и вторичными интернет-жанрами, а также с разговорной речью.

Список источников

1. Былина Е. Э. К проблеме речеактовой отнесенности перформативного высказывания “I recommend” в интернет-отзыве // Преподаватель XXI век. 2020. № 3–2. С. 391–405.
2. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М. : Наука, 1985. 228 с.
3. Говорунова Л. Ю. Речевой жанр «интернет-отзыв туриста» в русской и итальянской лингвокультурах : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград : ВГСПУ, 2014. 221 с.
4. Еремина М. А. Речевой жанр отзыва в коммуникативном пространстве Интернета // Научный диалог. 2016. № 5 (53). С. 34–45.
5. Иссерс О. С. Отзывы о медицинских услугах и их конфликтогенный потенциал в эпоху цифровизации // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языковедение. 2022. Т. 21, № 3. С. 66–76.
6. Иссерс О. С. Речевой жанр отзыва потребителя и его трансформация в цифровую эпоху (на материале отзывов о докторам) // Жанры речи. 2023. № 4 (40). С. 375–385.
7. Малярчук-Прошина У. О. Синтаксические средства выражения оценки в медиатекстах // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. 2015. Т. 1, № 2. С. 89–94.
8. Марьянчик В. А. Оценка как категория текста // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2011. № 1. С. 100–103.
9. Новикова О. Н. Ветеринарный дискурс: лингвистический и лингводидактический аспекты : монография. Уфа : Башкирский ГАУ, 2023. 108 с.

10. Погорелко А. М., Герасина Т. Н. Языковая оценка экономической ситуации как фактор массового речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета. 2025. № 9 (503). С. 153–162.
11. Погорелова И. В. Лингвосомиотический аспект интернет-отзыва // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 10-3 (76). С. 149–152.
12. Погорелова С. Д., Яковлева А. С. Структура оценочной ситуации и ее компоненты // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. № 3 (399). С. 98–103.
13. Просвиркина И. И. Языковые средства выражения оценки в современном дискурсе // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2020. № 2. С. 23–27. <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2020-23-27> (дата обращения: 11.06.2025).
14. Стопа А. В. Жанровые особенности рецензии и интернет-отзыва: сравнительно-сопоставительный анализ // Ratio et Natura. 2020. № 2. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_46450584_30404031.pdf (дата обращения: 08.06.2025).
15. Сунь Вэйфан. Лингвокультурные характеристики интернет-отзывов российских туристов о поездке в Китай : дис. ... канд. филол. наук. М., 2023. 209 с.
16. Философия : энциклопедический словарь / А. А. Ивин. Оценка. URL: <http://philosophy.niv.ru/doc/dictionary/encyclopedic/articles/934/ocenka.htm> (дата обращения: 08.06.2025).
17. Шмелева Т. В. Оценочные жанры речи // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник / Сибирский федеральный университет; под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск : Сибирский федеральный университет. 2014. С. 388–389. URL: <https://djvu.online/file/SQrLdRbwLV8VX> (дата обращения: 08.06.2025).
18. Bryce A. R. et al. Effect of client complaints on small animal veterinary internists // Journal of Small Animal Practice. 2019. Vol. 60, no. 3. P. 167–172.
19. Nasser M. A. A corpus-based study of reviewers' usage of speech acts // Cogent Arts & Humanities. 2022. Vol. 9, no. 1. P. 2125155.
20. Su H. How products are evaluated? Evaluation in customer review texts // Language Resources and Evaluation. 2016. Vol. 50. P. 475–495.
21. Vinayak A. The Mental Health Impact of Online Veterinary Reviews // Beyond the Clinic. 2023. P. 10–11. URL: https://todaysveterinarypractice.com/wp-content/uploads/sites/4/2023/04/TVP-2023-0506_Online_Reviews.pdf (дата обращения: 16.06.2025).
22. Widmar N. et al. Public perceptions of veterinarians from social and online media listening // Veterinary Sciences. 2020. Vol. 7, no. 2. P. 75–87. URL: <https://www.mdpi.com/2306-7381/7/2/75> (дата обращения: 08.06.2025).

References

1. Bylina EJe. The problem of the verbal relevance of the performative utterance “I recommend” in an online review. *Prepodavatel' XXI vek = Teacher of the 21st century*. 2020;(3-2):391-405. (In Russ.).
2. Vol'f EМ. Funkcional'naya semantika ocenki = Functional semantics of evaluation. Moscow, Nauka; 1985. 228 p. (In Russ.).
3. Govorunova LJu. Rechevoj zhanr “internet-otzyv turista” v russkoj i ital'yanskoj lingvokul'turah = The speech genre “Internet tourist's review” in Russian and Italian linguistic cultures. Thesis. Volgograd; 2014. 221 p. (In Russ.).
4. Eremina MA. Rechevoj zhanr otzyva v kommunikativnom prostranstve Interneta = The speech genre of a review in the communicative space of the Internet. *Nauchnyj dialog = Scientific Dialogue*. 2016;(5(53):34-45. (In Russ.).
5. Issers OS. Otzyvy o medicinskih uslugah i ih konfliktogennyj potencial v jepohu cifrovizacii = Reviews of medical services and their conflict-causing potential in the age of digitalization. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Volgograd State University*. Series 2: Linguistics. 2022;21(3):66-76. (In Russ.).
6. Issers OS. Rechevoj zhanr otzyva potrebitelya i ego transformaciya v cifrovuyu epohu (na materiale otzyvov o doktorah) = The speech genre of consumer reviews and its transformation in the digital age (based on reviews about doctors). *Zhanry rechi = Speech Genres*. 2023;(4(40):375-385. (In Russ.).

7. Maljarchuk-Proshina UO. Sintaksicheskie sredstva vyrazheniya ocenki v mediateksth = Syntactic means of expressing evaluation in media texts. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki = Scientific proceedings of the Vernadsky Crimean Federal University. Philological sciences*. 2015;1(2):89-94. (In Russ.).
8. Mar'janchik VA. Ocenka kak kategoriya teksta = Evaluation as a text category. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya "Gumanitarnye i social'nye nauki" = Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. The series "Humanities and Social Sciences"*. 2011;(1):100-103. (In Russ.).
9. Novikova ON. Veterinarnyj diskurs: lingvisticheskij i lingvodidakticheskij aspekty = Veterinary discourse: linguistic and linguo-methodical aspects. Ufa, Bashkirskij GAU; 2023. 108 p. (In Russ.).
10. Pogorelko AM, Gerasina TN. Language evaluation of economic conditions as verbal mass impact factor. *Vestnik Chelyabinskogo universiteta = Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2025;(9(503):153-162. (In Russ.).
11. Pogorelova IV. The linguistic and semiotic aspect of an online review. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philological sciences. Issues of theory and practice*. 2017;(10-3(76):149-152. (In Russ.).
12. Pogorelova SD, Yakovleva AS. The structure of evaluation situation and its components. *Vestnik Chelyabinskogo universiteta. = Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2017;(3(399):98-103. (In Russ.).
13. Prosvirkina II. Yazykovye sredstva vyrazheniya ocenki v sovremennom diskurse = Linguistic means of expressing evaluation in modern discourse. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika = Scientific research and development. Modern communication studies*. 2020;(2):23-27. <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2020-23-27> (accessed: 11.06.2025). (In Russ.).
14. Stopa AV. Zhanrovye osobennosti recenzii i internet-otzyva: sravnitel'no-sopostavitel'nyj analiz = Genre features of reviews and online reviews: comparative analysis. *Ratio et Natura*. 2020;(2):21-22. Available from: <https://rationatura.ru/vypusk-no2-2-2020-g#lang> (accessed: 08.06.2025). (In Russ.).
15. Sun' Vjeifan. Lingvokul'turnye harakteristiki internet-otzyvov rossijskih turistov o poezdke v Kitaj = Linguistic and cultural characteristics of online reviews of Russian tourists about a trip to China. Thesis. Moscow; 2023. 209 p. (In Russ.).
16. Filosofiya: Enciklopedicheskij slovar' (A. A. Ivin). Ocenka = Philosophy: An Encyclopedic Dictionary. (A. A. Ivin). Evaluation. Available from: <http://philosophy.niv.ru/doc/dictionary/encyclopedic/articles/934/ocenka.htm> (accessed: 08.06.2025). (In Russ.).
17. Shmeleva TV. Ocnocnyye zhanry rechi. In: *Effektivnoe rechevoe obshchenie (bazovye kompetencii) = Evaluative genres of speech / Effective speech communication (basic competencies)*. A reference dictionary. Electronic edition. Siberian Federal University, ed. A. P. Skovorodnikov. Krasnojarsk; 2014. Pp. 388–389. <https://djvu.online/file/SQrLdRbwLV8VX> (accessed: 08.06.2025).
18. Bryce AR, Rossi TA, Tansey C, Murphy RA, Murphy LA, Nakamura RK. Effect of client complaints on small animal veterinary internists. *Journal of Small Animal Practice*. 2019;60(3):167-172.
19. Nasser MA. A corpus-based study of reviewers' usage of speech acts. *Cogent Arts & Humanities*. 2022;9(1):2125155.
20. Su H. How products are evaluated? Evaluation in customer review texts. *Language Resources and Evaluation*. 2016;(50):475-495.
21. Vinayak A. The Mental Health Impact of Online Veterinary Reviews. In: *Beyond the Clinic*. 2023. Pp. 10–11. Available from: https://todaysveterinarypractice.com/wp-content/uploads/sites/4/2023/04/TVP-2023-0506_Online_Reviews.pdf (accessed: 16.06.2025).
22. Widmar N, Bir C, Wolf C. Public perceptions of veterinarians from social and online media listening. *Veterinary Sciences*. 2020;7(2):75-87. Available from: <https://www.mdpi.com/2306-7381/7/2/75> (accessed: 08.06.2025).

Информация об авторах

О. Н. Новикова — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных языков.

Р. З. Мурьясов — доктор филологических наук, профессор Института гуманитарных и социальных наук.

А. Ф. Азнабаева — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков.

Information about the authors

O. N. Novikova — Dr. Sci. (Philology), Professor of the Department of Foreign languages.

R. Z. Muryasov — Dr. Sci. (Philology), Professor of the Institute of Human and Social sciences.

A. F. Aznabaeva — Cand. Sci. (Philology), Associate Professor of the Department of Foreign languages.

Статья поступила в редакцию 01.09.2025; одобрена после рецензирования 15.09.2025; принята к публикации 14.01.2026.

The article was submitted 01.09.2025; approved after reviewing 15.09.2025; accepted for publication 14.01.2026.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.