
МЕДИАЛИНГВИСТИКА И СТИЛИСТИКА ТЕКСТА

MEDIALINGUISTICS AND TEXT STYLISTICS

Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 7 (513). С. 96–105.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2026;(7(513):96-105.

Научная статья

УДК 811.161.1'42

DOI: 10.47475/1994-2796-2026-513-7-96-105

ОЦЕНОЧНАЯ ПЛОТНОСТЬ КАК СТИЛИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕДИАТЕКСТА

Евгения Наумовна Басовская¹, Татьяна Александровна Воронцова^{2*}

¹ Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия, jeni_ba@mail.ru, 0000-0002-6867-9326

² Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, voron500@yandex.ru, 0000-0001-7370-8809

Аннотация. Статья посвящена сопоставительному анализу экспрессивно-оценочных компонентов в двух типах медиатекста: традиционных средствах массовой информации и новых медиа, тексты которых создаются непрофессионалами и представлены в сети Интернет. Материалом исследования послужили, с одной стороны, профессиональные рецензии на фильм «Мастер и Маргарита» (2024), представленные в изданиях «Аргументы и Факты», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», РБК, с другой — пользовательские отзывы о данном фильме на сайте «Отзовик» (otzovik.com). Корректность сопоставления данных публикаций определяется их хронологическим, тематическим и жанровым единством, а также общим объектом оценки. В процессе исследования были использованы методы стилистического и аксиологического анализа. Для количественного и качественного анализа «аксиологической карты» медиатекстов данных типов было введено рабочее понятие «оценочная плотность», позволяющее выявить, во-первых, отношение оценочных языковых и речевых средств к общему объёму текста, во-вторых, средства и способы выражения оценки с точки зрения их потенциального воздействия на адресата (интенсивность выражения оценки). В ходе анализа было выявлено, что в отрицательных профессиональных рецензиях оценочная плотность несколько выше, чем в положительных. При этом и в тех, и в других текстах для выражения оценки используются исключительно языковые и речевые средства, не выходящие за пределы литературного языка. В пользовательских отзывах с положительной оценкой авторы также используют языковые и речевые средства литературного языка. В негативных пользовательских отзывах оценочная плотность значительно выше, чем в профессиональных рецензиях и пользовательских отзывах с положительной оценкой, за счёт как количества оценочных высказываний, так и использования языковых и речевых средств с высокой степенью экспрессивности, в том числе и выходящих за пределы литературного языка. Это позволяет сделать вывод о том, что данный тип текстов обладает более высоким потенциалом воздействия на массового адресата.

Ключевые слова: медиатекст, профессиональная рецензия, пользовательский отзыв, оценка, оценочная плотность

Для цитирования: Басовская Е. Н., Воронцова Т. А. Оценочная плотность как стилистическая характеристика медиатекста // Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 7 (513). С. 96–105. DOI: 10.47475/1994-2796-2026-513-7-96-105

Original article

EVALUATIVE DENSITY AS MEDIA TEXT STYLISTIC CHARACTERISTIC

Evgenia N. Basovskaya¹, Tatyana A. Vorontsova^{2*}

¹ Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia, jeni_ba@mail.ru, 0000-0002-6867-9326

² Chelyabinsk State University Chelyabinsk, Chelyabinsk, Russia, voron500@yandex.ru, 0000-0001-7370-88091

Abstract. The article is aimed at comparative analysis of expressive and evaluative components in the two types of media texts: traditional mass media information and new media in which texts are created by non-professionals on

the Internet. The material of study includes professional reviews on the film *The Master and Margarita* (2024), on the one hand, published in *Argumenty i Fakty*, *Kommersant*, *Komsomolskaya Pravda*, and *RBC*, and, on the other hand, users' reviews on this film on the website *Otzovik* (*otzovik.com*). Chronological, thematic and genre unity, as well as the same object of evaluation, define the correctness of the given publications comparison. Stylistic and axiological methods have been used in the research. The notion "evaluative density" has been introduced to analyze the quantitative and qualitative "axiological map" of these types of media texts. This notion helps firstly, reveal the relation of the evaluative language and speech means to the total text volume, and, secondly, the means and ways to express evaluation from the point of view of their potential influence on the addressee (intensiveness of evaluation expression). The analysis showed that evaluative density in the negative professional reviews is slightly higher than in the positive ones. At the same time, only language and speech means within literary language are used to express evaluation in both types of texts. The non-professional authors also use language and speech means of the literary language in their reviews with positive evaluation. In the negative users' reviews, evaluative density is much higher than in professional reviews and in non-professional reviews with positive evaluation by using both the number of evaluative utterances and by using language and speech means with the high degree of expressiveness, including going beyond the literary language. The conclusion can be drawn that such type of texts possesses a higher impact potential on the mass addressee.

Keywords: media text, professional review, non-professional review, evaluation, evaluative density

For citation: Basovskaya EN, Vorontsova TA. Evaluative density as media text stylistic characteristic. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2026;(7(513):96-105. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2026-513-7-96-105

Введение

Постановка проблемы

Методы медиалингвистического анализа находятся сегодня в стадии активного становления [9]. Значительное место в их ряду занимают подходы, укоренённые в классической отечественной функциональной стилистике, в частности — приёмы выявления экспрессивно-оценочных компонентов медиатекста (используемые автором языковые и речевые средства, их функциональная нагрузка и эффективность применения). Такой ракурс представляется актуальным, поскольку нацелен на создание своего рода «аксиологической карты» медиапроизведения — установление отражённой в нём системы ценностей и описание формы, позволяющей транслировать данное содержание массовому адресату, то есть оказывать существенное влияние на общественное сознание.

Для проведения стилистико-аксиологического исследования нами введено рабочее понятие «оценочная плотность», толкуемое как отношение количества оценочных средств к объёму текста. Мы, однако, не ограничиваемся количественным анализом и рассматриваем также качественные параметры: объект оценки, направленность (положительная/отрицательная), способ выражения (прямая/косвенная) и используемые речевые средства. Представляется перспективной задача соотносить перечисленные показатели с типологическими характеристиками медиатекстов — традиционных, опубликованных в средствах массовой информации, и неканонических, размещённых в новых медиа.

История вопроса

В основу статьи положены фундаментальные представления о медиатексте, отражённые в научных трудах Т. Ван Дейка, Т. Г. Добросклонской, Л. Р. Дускаевой, Н. И. Клушиной, Л. В. Рацибурской, Г. Я. Солганика и других авторов. В их работах отмечается влияние медиадискурса на систему ценностей аудитории [8, с. 33–34], характеризуется оценочность / социальная оценочность как обязательный атрибут медиакommunikation [21; 10, с. 206; 11], подчёркивается неразрывная связь таких специфических свойств медиатекста, как поликодовость и гипертекстуальность, с дополнительными возможностями передачи оценочного содержания [17. С. 216].

Понятие «плотности текста» (наряду с ним используются номинации «насыщенность» и «напряжённость» текста) встречается в лингвистической литературе, но толкуется исследователями неединообразно. Наиболее последовательно данный термин используется специалистами по научному дискурсу, понимающими «уплотнение» текста как его сокращение, сжатие при сохранении исходного объёма содержания [13; 23]. Учёные говорят также о смысловой, прецедентной, ономастической (ономасиологической) плотности текста [12; 14; 25 и др.]. При всём разнообразии частных трактовок под «плотностью» чаще всего подразумевается ёмкость, использование небольшого объёма текста для передачи сложного содержания.

Единственное встретившееся нам упоминание собственно об оценочной плотности текста содержится в статье В. А. Торопкиной, где термин

присутствует без толкования и не является ключевым для авторского исследования: «В языке СМИ сосуществуют разнонаправленные тенденции: его демократизация и интеллектуализация, повышение оценочной плотности текста при стремлении к завуалированному выражению оценки, стремление к языковой игре и развлекательности при сохранении интереса к освещению серьёзных социальных проблем» [24, с. 248. Подчёркнуто нами. — Авт.]. Из контекста ясно, что оценочная плотность рассматривается здесь как наличие большого числа оценочных высказываний в пределах одной журналистской публикации.

Отдельную подгруппу в ряду публикаций, связанных с изучаемой проблематикой, составляют работы — в том числе принадлежащие авторам данной статьи, характеризующие оценочность как жанровый признак рецензии [2; 20], а также содержащие попытку провести стилистическую границу между профессиональной рецензией, с одной стороны, и блог-рецензией, пользовательским интернет-отзывом — с другой (последний жанр сопровождает сегодня практически любой продукт — от зубной щётки до блокбастера) [1, 4; 5; 7; 19]. В частности, И. А. Семина на франкоязычном материале, О. Р. Галиуллина — на англоязычном, Р. П. Баканов, Т. Р. Ванько — на русскоязычном и другие выявляют такое отличие любительской рецензии от профессиональной, как установка на коммуникативное сближение с массовым читателем посредством диалогизации текста, а также упрощения и некоторого снижения стиля, ориентация на разговорность и свободный выход за пределы литературной нормы.

Материал и методы исследования

Эмпирическим материалом для изучения стали рецензии на фильм «Мастер и Маргарита» (2024), представленные, с одной стороны, в изданиях «Аргументы и Факты», «Коммерсантъ», «Комсомольская правда», РБК (по одной рецензии в каждом издании), с другой — на сайте «Отзовик» (всего 8 отзывов-рецензий). Сопоставимость источников определяется хронологическим, тематическим и жанровым единством публикаций, а также общим объектом оценки (фильм «Мастер и Маргарита»). В сферу исследования включались только те фрагменты текста, в которых представлен анализ фильма. Общий объём текстов рецензий в традиционных СМИ и новых медиа примерно одинаков. Поскольку предметом анали-

за является широкий спектр средств выражения оценки (от слова до высказывания), релевантным количественным показателем оценочной плотности является процентное отношение оценочных средств к общему объёму каждого типа текстов.

Цель исследования — провести количественное и качественное сопоставление оценочных компонентов текста профессиональной и любительской рецензии (пользовательского отзыва о фильме).

Основными методами исследования являются стилистический и аксиологический анализ.

Результаты исследования и их обсуждение

Рецензии кинокритиков

В изученных публикациях СМИ вектор оценки в профессиональных рецензиях распределился следующим образом: в «Коммерсанте» (автор — Ю. Шугельман) сугубо негативная, в «Афише КП» (автор — Д. Корсаков) и «Аргументах и фактах» (автор — Е. Садкова) — в целом отрицательные, но с указанием ряда отдельных достоинств фильма, в РБК (автор — Т. Алиев) — позитивная.

Можно говорить о композиционном выделении оценки: во всех рецензиях она сконцентрирована в заголовочном комплексе. Интересно, что в двух случаях из четырёх использован один и тот же речевой ход: *Рецензия на фильм «Мастер и Маргарита» (2024): что не так с картиной Михаила Локшина (Афиша КП); А Булгаков про такое точно писал? Что не так с фильмом «Мастер и Маргарита» (АиФ)*. Аллюзивный заголовок рецензии «Коммерсанта» также содержит средство прямой отрицательной оценки: *Рукописи не благодарят. На экранах новая отечественная киноверсия «Мастера и Маргариты»*. Оценочной определённости характеризуется и заголовки положительной рецензии РБК: *«Мастер и Маргарита»: обзор новой и удачной экранизации Булгакова. Один из самых дорогих фильмов по мотивам знаменитого романа*. Показательно при этом, что заголовки «Афиши КП» и «Аргументов и Фактов» более категоричны, чем сами рецензии. Вероятно, такой выбор редакции (которая нередко берёт на себя озаглавливание публикации) обусловлен повышенной привлекательностью оценочных, особенно резко негативных компонентов названия [см., например: 26, с. 76].

Единственная рецензия, в которой элементы положительной и отрицательной оценки структурно разделены, — это публикация «Афиши КП». В ней выделяются с помощью

подзаголовков фрагменты «**Минусы** фильма „Мастер и Маргарита“» и «**Плюсы** фильма „Мастер и Маргарита“».

Главным средством трансляции оценки во всех рассмотренных рецензиях следует признать лексику, причём как собственно оценочную (*хороший/плохой* и т.п.), так и содержащую оценочную коннотацию. Позитивно оценочных слов используется несколько меньше, чем негативизмов, и они могут относиться не только к фильму, но и к книге, положенной в его основу, а также к игре конкретных актёров: *лучший исполнитель этой роли, мир... поражает изысканным художественным оформлением, блестящая роль Леонида Ярмольника, высококачественный продукт* (РБК); *они считают себя равными лучшему писателю на свете; идеальный Воланд, безумно красиво* (Афиша КП); *особенно хороши Воланд, эффекты изысканы, магия всё-таки рождается* (АиФ).

При использовании отрицательно оценочной лексики авторы рецензии остаются строго в пределах литературного языка (включая, правда, разговорные слова): *долгострой отечественного кино, неуклюже цифровой мейн-кун Бегемот* (Коммерсантъ); *вольности, допущенные режиссёром* (РБК), *остальные /экранизации/ были ещё хуже; громоздкая и нелепая конструкция, убогий реализм, отдельный просчёт, выглядит отвратительно* (Афиша КП); *киношникам лучше не трогать; переиначили, переделали, переосмыслили* (АиФ).

Поскольку применение грубых слов и выражений в границах официальных СМИ недопустимо, критики изыскивают другие возможности усиления экспрессии. В их числе приём (используемый в одной из рассмотренных рецензий), который можно условно назвать «второй степенью негативизации»: отрицательно оценочная лексема сопровождается экспрессивным эпитетом: *безнадёжно вторично, откровенные провалы, просчёт, большой и печальный*. Тот же автор прибегает к демонстрации мнимого непонимания: *Юрий Колокольников (Коровьев) самый впечатляющий из этой компании, но Локишин зачем-то заставляет его отчаянно подражать Джиму Керри в одной из худших ролей...* (Афиша КП). Мы видим прямую зависимость: чем отчётливее негативное отношение критика к фильму, тем богаче становится арсенал средств отрицательной оценки.

Дополнительными приёмами негативной оценки выступают риторические вопросы и вопросно-

ответные ходы: *Кантор и Локишин хотят быть не простыми иллюстраторами романа, а Художниками со своим уникальным видением? Они считают себя равными лучшему писателю на свете? (Зря, тысячу раз зря). Хотят намекнуть, что Михаил Афанасьевич написал роман с целью отомстить своим гонителям? Пытаются добавить в книгу реализма, которого ей так отчаянно не хватало? (Афиша КП); Иешуа? Его в фильме... мало* (АиФ).

Однако очевидно большее разнообразие средств отрицательной оценки обеспечивается не подключением синтаксических приёмов, а поддержанием оценочности вторым, ироническим пластом текста. Сама природа иронии предполагает критическое отношение к действительности [16, с. 252]; ирония не имеет аналога в пространстве позитивной оценочности. Поэтому свойственный медийной речи последних десятилетий общий иронический тон [22, с. 667–668; 3, с. 66] способствует негативизации создаваемого образа мира.

Авторы отрицательных рецензий на фильм «Мастер и Маргарита» широко используют приём иронии, критикуя картину под видом удивления, восхищения и похвалы: *То, что не пришло в голову Булгакову, дodelано, дописано. Расширены границы безграничного, если можно так выразиться. А многое смело выброшено за ненужностью — от важнейшей истории Пилата и Иешуа почти ничего не осталось* (АиФ); *В ключевых сценах безумств в театре Варьете и бала у сатаны (который выглядит тоскливой, на удивление безлюдной вечеринкой), Локишин всё-таки старается изо всех сил* (Афиша КП); *Снято это всё, спору нет, красочно, нарядно и с размахом. Как говорят в самом фильме, проделана большая работа* (Коммерсантъ).

Как показал анализ, оценочные средства составляют $\approx 40\%$ от общего объёма всех текстов, причём количество негативно-оценочных средств в два выше, чем средств с положительной оценкой.

Таким образом, в профессиональных рецензиях отмечается преобладание негативных оценок, которые передаются в границах литературного языка и усиливаются средствами и приёмами из традиционного языкового экспрессивного арсенала. Соответственно, тексты отрицательных рецензий обладают большей оценочной плотностью и более высоким потенциалом воздействия на читателя.

Отзывы зрителей

«Отзовик» (otzovik.com) позиционируется в сети как сайт, где реальные пользователи оставляют отзывы о самых разных вещах: товарах, лекарствах, услугах, книгах, фильмах и многом другом, делятся собственным опытом и составляют рейтинги продуктов в широком смысле слова.

На данном сайте представлено 766 пользовательских отзывов о фильме «Мастер и Маргарита». При этом оценочное соотношение отрицательных и положительных отзывов — 397 и 369 соответственно. Негативных несколько больше, но это объясняется, скорее всего, тем, что негативное впечатление о фильме в большей степени мотивирует пользователя написать отзыв. Материалом для анализа послужили тексты четырёх положительных (оценка 5) и четырёх отрицательных (оценка 1–2) отзывов. Отбор материала проводился методом случайной выборки в объёме, сопоставимом с объёмом текстов профессиональных рецензий.

Заголовки положительных отзывов характеризуются оценочной определённой по отношению к фильму: *Не экранизация, а ода «Мастеру и Маргарите»* (vmf77); *Наслаждение каждым кадром* (Зим.а); *Мастер и Маргарита круче миссис и мистера Смиты!* (AnTiTeRoR). Прямая оценка отсутствует лишь в одном заголовке: *Это не экранизация книги, это фильм по произведению «Мастер и Маргарита»* (ioulias).

В заголовках отрицательных отзывов оценка фильма выражена имплицитно: *Больной разум рождает больные фантазии...* (zirius) (вероятно, это аллюзия к названию известного офорта Ф. Гойи «Сон разума рождает чудовищ»); *«Мастер и Маргарита» или политическая чернуха?* (Gamaheya); *Где 1,2 млрд?* (Bojena87). Вопросительные конструкции в качестве заголовка не позволяют говорить об оценочной определённости, несмотря на то, что в первом из этих заголовков используется негативно оценочный арготизм «чернуха», обладающий высокой степенью экспрессивности. В одном из заголовков оценочных языковых средств нет: *Такого я точно не ожидала...* (Tigrovik).

Для положительных отзывов характерна подчеркнутая субъективность оценки: *Для меня этот фильм — наслаждение каждым кадром; Здесь создана такая атмосфера, в которую мне было приятно погрузиться* (Зим.а); *Конечно этот фильм не шедевр, но как по мне, это лучшая экранизация произведения на сегодняшний*

*день; Снегирь*¹ — *мне тоже показалась удачной Маргаритой; Ну и совершеннейший мой восторг вызвал Аугуст Диль в роли Воланда* (vmf77); *фильм мне понравился* (AnTiTeRoR); *Моменты, которые мне не зашли...* (ioulias) и др.

При этом следует отметить, что у авторов таких отзывов есть стремление к объективному анализу фильма: наряду с тем, что понравилось и, соответственно, оценивается положительно, отмечается то, что не понравилось, т.е. то, что автор оценивает отрицательно. Оценочная плотность текста достигается за счёт «экспрессивного контраста» положительной и отрицательной оценки. Положительная оценка выражается при помощи лексики с высокой степенью экспрессивности²: *А фильм оказался совершенно чудесным; Москва — версии воплощённого победившего социализма... великолепна* (vmf77); *Всё чётко и выверено и так неопишимо красиво, ммм!* (Зим.а); *Я в восторженном экстазе!* (ioulias); *...операторская работа, которая тоже выполнена шикарно; Смотрелось прекрасно!* (AnTiTeRoR).

Для выражения отрицательной оценки, как правило, используются языковые и речевые средства, снижающие её интенсивность: *даже не уверена, что это недостатки* (vmf77); *Не особенно понравились Фагот и Азazelло; ...не хватило — булгаковского стёба из книжки; ...не скажу, что прямо таки все 2 с половиной часа на одном дыхании* (Зим.а); *Как изобразили строящуюся Москву мне не очень понравилось; ...каким-то значительным минусом это назвать я не могу* (AnTiTeRoR). Кроме того, при выражении отрицательной оценки авторы также подчёркивают её субъективный характер: в большей части оценочных высказываний в качестве маркеров субъективности присутствуют местоимения и глаголы 1 лица единственного числа.

Обратим внимание на тот факт, что в данных отзывах для выражения как положительной, так и отрицательной оценки используются языковые и речевые средства русского литературного языка, при этом почти не применяется даже лексика разговорного стиля.

¹ Здесь и далее орфография и пунктуация оригинала.

² Под экспрессивным компонентом значения понимается усиление признаков, входящих в денотативный компонент значения. «Экспрессивный компонент — это своего рода параметрический компонент или компонент интенсивности. Он указывает на повышенное или пониженное проявление какого-либо признака предмета или явления по отношению к нормативным параметрам» [6, с. 30].

В положительных отзывах оценочная плотность по отношению к объёму текста снижается за счёт того, что в каждом из них разбор фильма предваряется или сопровождается рассуждениями автора об одноимённом романе, о соотношении книги и фильма, об ожиданиях, связанных с фильмом ($\approx 20\text{--}30\%$ текста), т.е. «оценочный блок», посвящённый собственно фильму, занимает не весь текст ($\approx 70\%$ от общего объёма текста).

Тексты негативных отзывов не включают какой-либо дополнительной информации, кроме собственно оценки фильма, поэтому в негативных отзывах оценочная плотность по отношению к общему объёму текста $\approx 90\text{--}100\%$.

Если в положительных отзывах авторы неоднократно подчёркивают субъективный характер оценки, то в отрицательных негативная оценка, как правило, выражается безапелляционно и безаргументативно: *От романа там ничего не осталось, всё самое важное выкинули за борт; ужасные актёры, вообще не подходящие на роль* (Tigrovik); *Иван Бездомный в фильме самый настоящий дурак* (zirius); *Красивых женщин в фильме нет..., есть ободранный кривой кот, над ним вообще не старались графически* (Bojena87); *Абсолютно недалёкий заказной фильм в стиле голливудского блокбастера* (Gamaheya) и др.

Языковые и речевые средства в отрицательных отзывах отличаются высокой степенью экспрессивности (интенсивности негативной оценки), которая обеспечивается языковыми средствами разных уровней. В первую очередь это сниженная разговорная и просторечная лексика: *фиговая музыка; фильмец получился никакой* (Bojena87); *оторва... отмороженная на всю голову; глупость топорная; дичь полная; магия бабла и волшебного распила* (Tigrovik); *столько отсебятины* (zirius); *откровенная антироссийская чернуха* (Gamaheya) и др.

Как видим, в отзывах с негативной оценкой авторы активно используют слова и выражения, выходящие за рамки литературного языка.

Отрицательные отзывы отличаются большим разнообразием средств и приёмов выражения оценки (негативной, конечно). Так, она репрезентируется через такой приём, как риторический вопрос. Это средство выражения негативной оценки мы наблюдали в профессиональных рецензиях, однако обратим внимание на то, что здесь используется серия риторических вопросов, в которых негативная оценка выражена эксплицитно — через лексические средства. Данный риторический приём обеспечивает «высокий гра-

дус» экспрессивности высказывания и, соответственно, интенсивность негативной оценки. Отметим, что данный приём встречается в разных текстах отрицательных отзывов неоднократно: *Я понимаю, что актёр — иностранец, но зачем так-то? И зачем визжит и пищит Коровьев в исполнении Юрия Колокольникова? Почему Марат Башаров в роли Лиходеева совсем не органичен, а скорее жалок? Почему Азazelло смешон, а не ужасающе страшен? И зачем так переигрывает Верник?* (zirius); *Зачем у Воланда трость с Анубисом? На какой ляд Маргариту вырядили, как Клеопатру на выданье?* (Tigrovik).

Одним из самых распространённых способов выражения негативной оценки в данном типе отзывов является ирония, которая реализуется при помощи различных языковых и речевых средств. В большинстве случаев иронические высказывания отличаются высокой степенью экспрессивности, т.е. такую иронию можно квалифицировать как сарказм: *Булгаков перевернулся в могиле, трижды. Матерился и переворачивался. Инфа сотка* (Bojena87); *...ну спасибо что хоть не было Нагиева или Гузеевой* (Bojena87); *...спасибо хоть Маргарита не трансвестит* (Gamaheya); *...это... вольная трактовка глазами школьного двоечника. Двоечника, который почему-то решил, что имеет право переименовать и домысливать сюжет любыми возможными способами* (zirius) и др.

Основным лексическим маркером иронических высказываний является оценочная энантиосемия [см. подробнее: 15; 18]: *Хорошо «вложились» ребята, в фонде наверное тоже на откате, ещё и легально, браво* (Bojena87); *Финал сия кина особенно прекрасен, пол-Москвы взорвали, и все такие довольные* (Tigrovik). В двух случаях оценочная энантиосемия используется для создания оксюморона: *к этому бездарному «шедевр»;* *мощно испортил образ Мастера* (Tigrovik).

Итак, анализ положительных и отрицательных зрительских отзывов показал, что положительные и отрицательные отзывы имеют различную оценочную плотность как по количественному, так и по качественному показателю. В негативных отзывах оценочная плотность значительно выше, чем в положительных, во-первых, за счёт объёма «оценочного блока» (в положительных отзывах собственно оценка фильма занимает $\approx 70\text{--}80\%$ текста; в отрицательных — почти 100%), во-вторых, за счёт использования языковых и речевых средств, способствующих интенсификации оценки.

Заключение

Анализ оценочной плотности в текстах рецензий, опубликованных в традиционных средствах массовой информации и текстах пользовательских (непрофессиональных) отзывов в новых медиа, позволил сделать следующие выводы.

1. Тексты любительских рецензий (отзывов) характеризуются более высоким уровнем оценочной плотности по сравнению с текстами профессиональных рецензий как по количественному (соответственно $\approx 70\%$ и 40%), так и по качественному (интенсивность выражения оценки) показателям.
2. Анализ стилистических параметров оценочных языковых и речевых средств ожидаемо показал, что традиционные СМИ для выражения оценки используют средства литературного языка. Однако и в пользовательских отзывах с положительной оценкой авторы также используют языковые и речевые средства выражения оценки (и положительной, и отрицательной), которые не выходят за пределы литературной нормы.

3. Оценочная плотность текстов и рецензий, и отзывов с негативной оценкой выше по сравнению с положительными рецензиями и отзывами в обоих типах медиатекстов. Данный результат можно объяснить тем, что негативная оценка является маркированным членом оценочной оппозиции и, следовательно, негативно оценочные высказывания обладают большим воздействующим потенциалом. Самый высокий уровень оценочной плотности наблюдается в текстах пользовательских отзывов с отрицательной оценкой за счёт большого количества оценочных высказываний по отношению к общему объёму текста и интенсификации негативной оценки посредством использования сниженной разговорной и грубо-просторечной лексики, а также различных риторических и стилистических средств и приёмов.

Проблема оценочной плотности медиатекста — это, по сути, проблема воздействующего потенциала медиатекста. В дальнейшем предполагается продолжить исследование проблемы оценочной плотности на материале медиатекстов разного типа и различной тематики.

Список источников

1. Баканов Р. П. Медиакритика в контексте повседневности: депрофессионализация vs модернизация? // Динамика медиасистем. 2023. Т. 3, № 1. С. 39–47.
2. Басовская Е. Н. Жанр интернет-рецензии: взаимодействие стилевых стихий // Актуальные проблемы стилистики. 2018. № 4. С. 122–126.
3. Басовская Е. Н. Речевые формы неоднозначности в современном русскоязычном медиатексте // Актуальные проблемы стилистики. 2023. № 9. С. 61–67.
4. Басовская Е. Н., Воронцова Т. А. Фатическая составляющая современного медиатекста (на материале кинокритик) // Филологический класс. 2021. Т. 26, № 2. С. 68–77.
5. Ванько Т. Р. Своеобразие жанров кинокритики в медиaprостранстве // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2021. № 8 (850). С. 9–20.
6. Воронцова Т. А. Элементарная стилистика. Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2008. 130 с.
7. Галиуллина О. Р. Прагмалингвистические и стилистические особенности англоязычной сетевой кинокритики // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2021. № 1. С. 151–161.
8. Дейк ван Т. А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. с англ. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 344 с.
9. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. М., 2020. 180 с.
10. Дускаева Л. Р. Выражение оценочных коммуникативных действий в журналистском культурно-просветительском дискурсе // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2014. № 4 (28). С. 206–213.
11. Клушина Н. И. Лингвистика убеждения: интенциональные категории публицистического текста // Медиаскоп. 2008. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvistika-ubezhdeniya-intentsionalnye-kategorii-publitsisticheskogo-teksta> (дата обращения: 23.06.2025).
12. Косиченко Е. Ф. Ономастическая плотность как структурообразующий элемент художественного текста // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2017. № 6 (777). С. 258–265.

13. Котюрова М. П. Плотность научного текста: подходы к её изучению // Стереотипность и творчество в тексте : Межвузовский сб. науч. тр. / под ред. М. Н. Котюровой. Пермь : Пермский государственный университет, 2007. С. 142–155.
14. Кремнева А. В. Роль интертекстуального тезауруса читателя в понимании текста с высокой степенью прецедентной плотности // *Studia Linguistica* (Санкт-Петербург). 2019. № 28. С. 124–130.
15. Литвинова Е. А. Эмоционально-оценочная энантиосемия // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2012. № 2 (13) С. 86–90
16. Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / под ред. Л. Р. Дускаевой. М. : ФЛИНТА, 2018. 440 с.
17. Рацибурская Л. В. Поликодовость в медийном словотворчестве как средство речевого воздействия // *Труды института русского языка им. В. В. Виноградова*. 2019. № 19. С. 215–222.
18. Садчикова И. В. Энантиосемия как способ сосуществования противоположных оценочных компонентов в семантике слова // *Известия Самарского научного центра Российской академии наук*. 2009. Т. 11, № 4 (5). С. 1306–1310
19. Семина И. А. О разграничении журналистского и медийного дискурсов (на примере франкоязычных профессиональных и любительских рецензий) // *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2021. № 13 (855). С. 265–276.
20. Сергань Д. О. Лингвостилистические средства оценочности в жанре рецензии (на материале текстов Т. Москвиной) // *Язык и коммуникация в контексте культуры : материалы междунар. науч.-практ. конф. Ростов-н/Д., 2024*. С. 608–613.
21. Солганик Г. Я. Публицистический стиль // *Стилистический энциклопедический словарь русского языка* ; под ред. М. Н. Кожинной. М. : Флинта : Наука, 2003. С. 312–315.
22. *Стилистический энциклопедический словарь русского языка* / под ред. М. Н. Кожинной. М. : Флинта : Наука, 2003. 696 с.
23. Тихомирова Л. С. Плотность текста в когнитивном сознании // *Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке*. 2011. № 2. С. 99–104.
24. Торопкина В. А. Поликодовость и гибридность современного медийного словотворчества // *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 2018. № 6. С. 248–255.
25. Устинова Е. С. О плотности смысла поэтического текста в переводческом аспекте // *Иностранные языки в высшей школе*. 2018. № 3 (46). С. 31–38.
26. Хорошунова И. В. Реализация аттрактивной функции единиц разных уровней в русском языке (на материале заголовков новостных медиатекстов воронежских интернет-СМИ) // *Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Филология и журналистика*. 2020. № 4. С. 74–77.

References

1. Bakanov RP. Media criticism in the context of everyday life: deprofessionalization vs modernization? *Dinamika mediasistem = Dynamics of Media Systems*. 2023;3(1):39-47. (In Russ.).
2. Basovskaya EN. Genre of online review: the interaction of stylistic elements. *Aktualnie problemi stilistiki = Actual Problems of Stylistics*. 2018;(4):122-126. (In Russ.).
3. Basovskaya EN. Speech forms of ambiguity in modern Russian. *Aktualnie problemi stilistiki = Actual Problems of Stylistics*. 2023;(9):61-67. (In Russ.).
4. Basovskaya EN., Vorontsova TA. The phatic constituent of a modern media text (on the material of film records). *Filologicheskii klass = Philological Class*. 2021;26(2):68-77. (In Russ.).
5. Vanko TR. Genre peculiarities of on-line film reviews. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnie nauki = Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities*. 2021;(8(850):9-20. (In Russ.).
6. Vorontsova TA. Elementarnaya stilistika = Elementary stylistics. Izhevsk; 2008. 130 p. (In Russ.).
7. Galiullina OR. Pragma-linguistic and stylistic features of the English online movie review. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya = Bulletin of Samara University. History, Pedagogy, Philology*. 2021;(1):151-161. (In Russ.).
8. van Deik TA. Diskurs i vlast': reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii = Discourse and Power: Representations of Dominance in Language and Communication. Moscow; 2013. 344 p. (In Russ.).

9. Dobrosklonskaya TG. Medialingvistika: teoriya, metody, napravleniya = Media Linguistics: Theory, Methods, and Directions. Moscow; 2020. 180 p. (In Russ.).
10. Duskaeva LR. Expression of evaluative communicative actions in journalistic cultural and educational discourse. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiiskaya i zarubezhnaya filologiya = Bulletin of Perm University. Russian and Foreign Philology*. 2014;(4(28)):206-213. (In Russ.).
11. Klushina NI. Linguistics of Persuasion: Intentional Categories of Publicistic. *Mediascope*. 2008;1. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvistika-ubezhdeniya-intentsionalnye-kategorii-publitsisticheskogo-teksta> (accessed: 23.06.2025). (In Russ.).
12. Kosichenko EF. Onomastic density as a structural element of a work of fiction. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnie nauki = Bulletin of Moscow State Linguistic University. Humanities*. 2017;(6(777)):258-265. (In Russ.).
13. Kotyurova MP. Density of scientific text: approaches to its study. In: Stereotipnost i tvorchestvo v tekste = Stereotyping and Creativity in the Text: Interuniversity Collection of Scientific Papers. Perm: Perm State University; 2007. P. 142–155. (In Russ.).
14. Kremneva AV. The role of the reader's intertextual thesaurus in understanding texts with high level of precedent density. *Studia Linguistica*. 2019;(28):124-130. (In Russ.).
15. Litvinova EA. Emotional-valuation enantiosemy. *Filologicheskie nauki. Voprosi teorii i praktiki = Philological Sciences. Theory & Practice*. 2012;(2(13)):86-90. (In Russ.).
16. Medialingvistika v terminakh i ponyatiakh = Media Linguistics in Terms and Concepts. Dictionary reference book, ed. by LR. Duskayeva. Moscow; 2018. 440 p. (In Russ.).
17. Ratsiburskaya LV. Polycode character in the media creation of words as a means of speech influence. *Trudi instituta russkogo yazika im. V. V. Vinogradova = Proceedings of the Institute of the Russian Language named after Vinogradov Russian Language Institute*. 2019;(19):215-222. (In Russ.).
18. Sadchikova IV. Enantiosemy as a means of combination of opposite evaluation components in the word meaning. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk = Bulletin of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*. 2009;11(4(5)):1306-1310. (In Russ.).
19. Semina IA. Distinguishing between journalistic and media discourses (French-language professional and amateur reviews). *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnie nauki = Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities*. 2021;(13(855)):265-276. (In Russ.).
20. Sergan DO. Linguistic and stylistic means of evaluation in the review genre (based on texts by T. Moskvina). In: Yazik i kommunikatsiya v kontekste kulturi = Language and communication in the context of culture. Proceedings of the international scientific and practical conference. Rostov-on-Don; 2024. Pp. 608–613. (In Russ.).
21. Solganik GYa. Publicistic Style. In: Stilisticheskii entsiklopedicheskiy slovar' russkogo yazyka = Stylistic Encyclopedic Dictionary of the Russian Language, ed. by MN. Kozhina. Moscow; 2003. P. 312–315. (In Russ.).
22. Stilisticheskii entsiklopedicheskiy slovar' russkogo yazyka = Stylistic Encyclopedic Dictionary of the Russian Language (ed. by M. N. Kozhina). Moscow; 2003. 696 p. (In Russ.).
23. Tikhomirova LS. Text density in cognitive consciousness. *Gumanitarnie issledovaniya v Vostochnoi Sibiri i na Dalnem Vostoke = Humanitarian Research in Eastern Siberia and the Far East*. 2011;(2):99-104. (In Russ.).
24. Toropkina VA. Polycode and hybridity in modern media derivation. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo = Bulletin of the Lobachevsky University of Nizhny Novgorod*. 2018;(6):248-255. (In Russ.).
25. Ustinova YeS. Semantic Compactness of a Poem: a Translator's Perspective. *Inostrannye yaziki v visshей shkole = Foreign Languages in Higher Education*. 2018;(3(46)):31-38. (In Russ.).
26. Khoroshunova IV. Implementation of the attractive function of units of different levels in the Russian language (based on the headlines of news media texts of Voronezh Internet media). *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya i zhurnalistika = Bulletin of Voronezh State University. Series: Philology and Journalism*. 2020;(4):74-77. (In Russ.).

Информация об авторах

Е. Н. Басовская — доктор филологических наук, доцент, заведующая кафедрой медиаречи.

Т. А. Воронцова — доктор филологических наук, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания.

Information about the authors

Evgenia N. Basovskaya — Dr. Sci. (Philology), Professor, Head of Department of Media Speech.

Tatyana A. Vorontsova — Dr. Sci. (Philology), Professor of Department of Theoretical and Applied Linguistics.

Статья поступила в редакцию 07.10.2025; одобрена после рецензирования 20.12.2025; принята к публикации 25.08.2026.

The article was submitted 07.10.2025; approved after reviewing 20.12.2025; accepted for publication 25.08.2026.

Вклад авторов: оба автора 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.