

УДК 81:39 + 81:159.922.1 + 81:42 + 811.133.1 + 811.161.1

А. А. Алексеева, Н. А. Борзенкова, К. С. Фомель

*Новосибирский государственный университет
ул. Пирогова, 1, Новосибирск, 630090, Россия*

alina.alexeeva@gmail.com

**ОЦЕНКА В НАИВНОМ ДИСКУРСЕ:
ЭТНОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ И ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТЫ
(НА МАТЕРИАЛЕ САЙТА TRIPADVISOR)**

Исследуется репрезентация оценки в наивном дискурсе – отзывах русских и французов об отелях на сайте TripAdvisor. Материал рассматривается в гендерном и этнолингвистическом аспектах. Методологической базой исследования служит классификация Н. Д. Арутюновой по основанию оценки, а также вводится дополнительный тип – секуритарная оценка. Делается вывод о том, что в отзывах представлены в большинстве своем качественные оценки различных видов, в значительно меньшей степени – количественные и комплексные оценки. Самым частотным типом оценки в отзывах представителей обоего пола и обеих лингвокультур является общая оценка. Одинаково часто во всех четырех группах представлена эмоциональная оценка (подтип психологической). Нормативная оценка в наименьшей степени представлена в текстах француженок, а утилитарная – в отзывах русских женщин. Эстетическая оценка чаще всего выражена в текстах русских мужчин, а сенсорно-вкусовая оценка, напротив, представлена в отзывах этой гендерно-лингвокультурной группы в наименьшей степени. Наиболее распространенным средством репрезентации оценки у представителей обоего пола и обеих лингвокультур являются лексические единицы, причем в подавляющем большинстве случаев это слова аксиологической семантики, а метафоры как средство выражения оценки нехарактерны для данного типа дискурса. В меньшей степени в данном материале представлены синтаксические, фразеологические и морфологические средства выражения оценки.

Ключевые слова: оценка, наивный дискурс, гендерная лингвистика, этнолингвистика.

Данное исследование лежит на пересечении актуальных областей и направлений языкознания: гендерной лингвистики, этнолингвистики, исследования наивного дискурса и изучения категории оценки, причем последнее направление является в настоящей работе объединяющим звеном для всех остальных аспектов.

Оценка с точки зрения функционально-семантического подхода, которого придерживаются такие лингвисты, как Н. Д. Арутюнова, Е. М. Вольф, Г. А. Золотова, Е. Ю. Мягкова и др., – это мнение о предмете, выражающее его характеристику с точки зрения категории ценности. Так, Н. Д. Арутюнова определяет оценку как аксиологическую категорию, которая основана на сопоставлении реальных свойств оцениваемого объекта с некой идеализированной моделью. *Хорошее* соответствует нашей модели идеализированного мира, которая осознается как цель человеческого существования. *Плохое* же по какому-либо критерию не соответствует данному представлению [1988. С. 59].

Алексеева А. А., Борзенкова Н. А., Фомель К. С. Оценка в наивном дискурсе: этнолингвистический и гендерный аспекты (на материале сайта tripadvisor) // Вестн. НГУ. Серия: История, филология. 2016. Т. 15, № 9: Филология. С. 60–67.

Категория оценки является универсальной, но при этом обладает и этнокультурной спецификой, поскольку напрямую зависит от ценностных ориентиров, присущих той или иной культуре [Алексеева, 2015. С. 6]. Изучая ценностную картину мира, В. И. Карасик отмечает, что в ней существуют наиболее значимые для данной культуры «смыслы, ценностные доминанты, совокупность которых и образует определенный тип культуры, поддерживаемый и сохраняемый в языке» [2002].

Оценка изучается в рамках не только этнолингвистики, но и гендерной лингвистики – «научного направления по изучению гендерных аспектов языка и коммуникации»¹, поскольку гендерную лингвистику интересует, в частности, вопрос о том, «какие оценки приписываются мужчинам и женщинам и в каких семантических областях они наиболее заметно / отчетливо выражены»².

В качестве объекта изучения в данной работе выступает наивный дискурс, под которым мы понимаем тип дискурса, представляющий собой совокупность устных и письменных текстов, созданных людьми, профессиональная деятельность которых не связана с составлением текстов (филологией, журналистикой, PR и т. д.), и / или неспециалистами в тех областях, которые являются предметом описания этих текстов. Наивный дискурс различных типов интересен прежде всего с точки зрения изучения представлений обычных людей о каких-либо фрагментах действительности и об их отношении к этим фрагментам. Так, О. С. Макарова и А. К. Устюжанина исследуют критику медицинского сообщества в блогосфере. Кроме того, наивный дискурс интересен в отношении используемых языковых средств выражения мнения относительно чего-либо и оценки различных объектов, людей и событий, а также особенностей употребления определенных языковых единиц [2014]. Например, О. С. Зубкова изучает медицинские метафоры в индивидуальном лексиконе людей-неспециалистов в области медицины [2010].

Материалом для данного исследования послужили тексты отзывов на сайте TripAdvisor («Трипадвизор» в русском варианте). На указанном сайте можно оставить и прочитать отзывы об отелях, ресторанах и других заведениях по всему миру. Совокупность отзывов представляет собой наивный дискурс, поскольку их пишут в большинстве своем не профессиональные ресторанные критики, блогеры и т. д., а обычные посетители различных заведений.

На русской и французской версиях данного сайта мы отобрали 40 отзывов, по 10 в каждой из четырех групп: французские мужчины, французские женщины, русские мужчины, русские женщины. Отметим, что мы выбирали отзывы так, чтобы в гендерной принадлежности их авторов можно было не сомневаться: мы ориентировались на фотографию в профиле пользователя и его имя. Таким образом, материал рассматривался в гендерном аспекте (оппозиция *мужчины – женщины*) и в этнолингвистическом аспекте (оппозиция *французы – русские*).

При анализе отобранных нами отзывов мы опирались на классификацию типов оценок Н. Д. Арутюновой по основанию оценки [1999. С. 198]; также мы ввели один дополнительный вид – *секуритарную* оценку. Название данной категории образовано нами от французского прилагательного *sécuritaire*, которое означает «относящийся к общественной безопасности, ставящий во главу угла вопросы общественной безопасности». Таким образом, данный тип предполагает оценку определенного объекта или ситуации с точки зрения безопасности.

Всего в 40 отзывах было представлено 424 контекста различного размера, содержащих оценку, 73 из которых были усилены с помощью какого-либо языкового средства, а в 13 случаях, наоборот, имело место снижение интенсивности и категоричности оценки.

Ниже будут рассмотрены в первую очередь качественные оценки в порядке убывания общего числа средств их выражения во всех отзывах, затем – количественные, а в конце – комплексные, сочетающие разные типы оценок.

¹ Кириллина А. В., Томская М. В. Лингвистические гендерные исследования. URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/2/lingvisticheskie-gendernye-issledovaniya> (дата обращения 10.05.2016).

² Там же.

Общая оценка. Среди всех оценок, выявленных на основе анализа материала, наиболее распространенной оказалась общая оценка (102 контекста).

На основании полученных результатов нельзя выделить какие-либо закономерности ни в оппозиции *мужские – женские оценки*, ни в оппозиции *русские – французские*.

Из всех четырех групп больше всего общих оценочных контекстов встретилось в отзывах русских мужчин (30). Оценки выражены преимущественно лексическими средствами: 21 раз – словами оценочной семантики («убирают каждый день *хорошо*»³, «из *недостатков* отметил бы, наверное, ресторан»), в 5 случаях – метафорами («в то же время сам завтрак на “*отлично*”»). Встречаются и другие средства выражения оценки: 2 морфологических («пожалуй, один из *лучших* выборов для остановки в Казани») и 2 фразеологических («в этот отель больше *ни ногой!*»).

На втором месте по количеству общих оценок – отзывы французских женщин. Нам встретилось 27 оценочных контекстов, 20 из которых представлены словами оценочной семантики, в основном прилагательными («*les chambres sont impeccables*» ‘комнаты *безукоризненные*’, «*la vue, absolument horrible*» ‘вид просто *отвратительный*’). Также широко, по сравнению с другими группами, представлены синтаксические средства выражения общей оценки – 8 случаев («*c’est avec plaisir que je reviendrai bientôt*» ‘я сюда скоро с удовольствием вернусь’).

В оставшихся группах – у мужчин-французов и русских женщин – общая оценка представлена похожим в количественном отношении образом: 22 и 23 случая соответственно. Причем, как и в предыдущих группах, частотны слова аксиологической семантики: «*les chambres sont correctes, mais bcp de défauts* ‘комнаты *приличные*, но есть много *недостатков*’», «впечатление от проведенных дней и ночей было очень *хорошее*». У французских женщин встречаются стертые метафоры – «*Une vue magnifique depuis la terrasse de la suite 8 eme étage...un plus pour votre séjour!*» ‘Прекрасный вид с террасы номера на восьмом этаже... это *плюс* для вашего пребывания!’, а также синтаксические и фразеологические средства. У русских женщин не так разнообразен репертуар средств выражения оценки: помимо лексических средств, только 3 синтаксических и 1 фразеологическое средство («Впечатления от проведенных дней и ночей было очень хорошее... *выпала на славу!*»).

Нормативная оценка. Второй по численности тип – нормативная оценка, представленная в 87 контекстах. В целом можно говорить о преобладании данной категории в отзывах мужчин (у французских – 25, у русских – 24) по сравнению с текстами, написанными женщинами (16 – у французских, 22 – у русских). С другой стороны, количество нормативных оценок русских женщин примерно равно количеству тех же оценок у мужчин. Поэтому в данном случае скорее противопоставляются отзывы французских женщин текстам трех оставшихся групп.

Во всех четырех группах, несмотря на то что оценка выражается преимущественно словами оценочной семантики, довольно широко представлены синтаксические средства, особенно у русских мужчин (10) и женщин (8): «в ванной комнате *даже не было банально* мыльных принадлежностей, *вообще ничего*»).

Также единичны случаи выражения оценки с помощью гиперболы («*aucune pression dans la douche, sauf pour l’eau glaciale*» ‘в душе *никакого напора* воды, только ледяная вода идет нормально’), морфологических средств («единственное – завтраки *могли бы быть поразнообразнее*») и фразеологических средств, чаще встречающихся у русских мужчин и женщин («скромно, но *на уровне*»).

Этическая оценка. Довольно широко в целом представлены и такие оценки, как этические (55). Они явно преобладают у французских женщин (20 случаев против 10, 12 и 13 в отзывах остальных гендерно-лингвокультурных групп). Что же касается гендерной и этнолингвистической оппозиций, то в данном случае при анализе количественного соотношения сложно сделать однозначные выводы. У русских мужчин и женщин частота оценок фактически одинакова (12 и 13), но за счет отзывов французских женщин у женщин в целом этических оценок насчитывается

³ Фрагменты отзывов приведены с сохранением орфографии, пунктуации, стилистики исходных текстов.

больше. С другой стороны, опять же за счет француженок у французов в целом этические оценки представлены шире, чем у русских.

В основном оценки выражены лексическими средствами – словами аксиологической семантики. Примечательно, что у русских мужчин, наоборот, преобладают синтаксические средства (7 случаев, тогда как лексических – 5), например: «охране отеля *стоит подучиться общению*», «при возникновении любых вопросов *всегда стараются помочь*», «сервис – *такое ощущение, что ты у них займы взял...*» (в последнем примере имеет место совмещение синтаксического и фразеологического средств).

Психологическая эмоциональная оценка. В отзывах можно встретить довольно много контекстов, репрезентирующих эмоциональную оценку как один из видов психологической (38). Сделать в данном случае однозначные выводы с точки зрения как гендерного, так и этнолингвистического аспекта, нельзя. Во всех четырех группах контекстов с эмоциональными оценками примерно одинаковое количество (от 7 до 11), причем меньше всего у французских женщин – 7; у русских мужчин их 9, у французов и русских женщин – по 11 оценок.

Среди средств выражения эмоциональной оценки чаще всего встречаются лексические средства, преимущественно слова оценочной семантики (как и в случае выражения других видов оценок). В текстах всех четырех групп оценки часто выражаются не одним, а сразу несколькими средствами. Дважды встретилась метафора «zen» ‘дзэн’, обозначающая спокойствие, умиротворение: «*l’ambiance de la piscine est très Zen*» ‘атмосфера в бассейне очень *спокойная*’ (в русском языке тоже используется экзотизм «дзэн», но в качестве не прилагательного, а существительного в составе выражений типа «познать дзэн», «отращивать дзэн» и т. д.), «*bar calme (zen et très agréable)*» ‘*спокойный* (с умиротворенной и очень приятной атмосферой) бар’ и один фразеологизм («*Quand on signale les problèmes à l’accueil, le mec avait l’air tellement blasé, qu’on a décidé de laisser tomber tellement qu’il paraissait dépité et qu’on semblait lui casser les noix*» ‘Когда мы говорили о проблемах администратору, у него был такой скептический вид, что мы решили его оставить в покое, потому что он казался раздосадованным, и было ощущение, что *мы ему уже набили оскомину*’).

Утилитарная оценка. В четырех группах всего 35 контекстов, в которых выражена утилитарная оценка. Видна некая закономерность в оппозиции *мужчины – женщины*. В целом у мужчин 23 контекста (11 у французов и 12 у русских), у женщин 12 (9 у француженок и 3 у русских). На основании этих данных можно говорить о том, что для русских женщин практически не важен утилитарный аспект отеля, тогда как русские и французские мужчины, а также француженки уделяют этому аспекту достаточно внимания.

Для выражения оценки, как и в предыдущих случаях, в основном использованы слова оценочной семантики. В отзывах русских мужчин встретилось также 1 фразеологическое средство («*буквально пара шагов до храма Спаса на крови и до Дворцовой площади*»), 1 метафора («*Расположение – 10 баллов из десяти!*») и градация («*сначала показалось, что просто хорошее расположение отеля, через пару дней понял, что расположение отличное*»).

Эстетическая оценка. Всего в четырех группах 32 контекста, в которых отражена эстетическая оценка. Интересно, что данный тип оценок значительно преобладает в отзывах русских мужчин по сравнению с остальными группами (17). Для русских в целом выражение данной оценки более характерно, чем для французов (у русских женщин – 7, у французов и француженок – 5 и 3 контекста соответственно).

Репертуар средств выражения оценки в данной категории не так разнообразен. В основном авторы отзывов пользуются словами оценочной семантики, преимущественно прилагательными, иногда – предикативными наречиями. Встретился лишь 1 случай использования эпитета у французов («*les couleurs sont aussi un peu fatigués*» ‘цвета также немного *потрепанные*’), 1 фразеологическое средство у русских мужчин («*когда зашел в номер, то первым мой взгляд пал на вид из панорамного окна, и это было прекрасно, весь город как на ладони*») и 1 синтаксическое средство у русских женщин («*территория пока не очень зеленая, но отель совсем юный – еще обрстет*»).

Гедонистическая оценка. Случаев использования гедонистической оценки – 28. Менее всего важен сенсорно-вкусовой аспект для русских мужчин (4). У французских мужчин и женщин гедонистическая оценка представлена в одинаковой степени (по 7 контекстов). Наибольшее количество контекстов, содержащих этот тип оценки, найдено в отзывах русских женщин (10).

Сенсорно-вкусовая оценка выражается прилагательными («*les lits étaient assez confortables*» ‘кровати были довольно *комфортными*’, «*la chambre très sombre*» ‘очень *темная* комната’). У русских женщин представлены слова оценочной семантики разной частеречной принадлежности: прилагательные – «очень *вкусный* завтрак», предикативные наречия – «в отеле на 5 этаже в номере было *прохладно*», существительные – «поднялись в номер и сразу сюрприз – *аромат* пыли». У русских мужчин встретилось также одно фразеологическое средство: «в то же время сам завтрак на “отлично” – *на любой вкус*».

Секуритарная оценка. Представлена лишь в отзывах французов (2 контекста у французов и 1 у француженки): «*Néanmoins le quartier est très mal fréquenté, et vous risquez de vous faire agresser le soir*» ‘Однако этот квартал является безлюдным, и *вы рискуете подвергнуться нападению вечером*’, «*Un auberge très sécuritaire pour une femme toute seule*» ‘очень *безопасная* гостиница для женщины, путешествующей в одиночку’.

Телеологическая оценка. Представлена в 1 отзыве француженки и выражена словом оценочной семантики: «*pour un séjour en amoureux et du repos, c’est râté*» ‘для пребывания влюбленной пары и отдыха это *неудачный* вариант.’

Количественная оценка. Данный вид оценки в нашей выборке встретился лишь 4 раза, причем 1 раз в отзывах французов и 3 раза в отзывах русских женщин: «ну, и на завтрак предложен буфет: есть *все, что душа пожелает* – каши, яичницы, бутерброды, соки, молоко, много чего еще», «друзья были в восторге, *вдоволь* нафоткались в интерьерах номера и отеля».

Комплексная оценка. Всего нам встретилось 39 контекстов, репрезентирующих комплексную оценку, которая представляет собой сочетание двух или более типов оценки в рамках одной языковой единицы, выражающей аксиологическое значение. Можно увидеть некоторые закономерности с точки зрения гендерного аспекта. У мужчин, как русских, так и французских, комплексных оценок в два раза больше, чем у женщин (15 – у русских, 12 – у французов, 4 и 8 у русских и французских женщин соответственно). Мужчины, таким образом, оценивают определенную ситуацию комплексно, с разных сторон, рассматривают объект целиком.

Комплексная оценка в подавляющем большинстве случаев выражается словами оценочной семантики: «Интерьер хороший, все нормально, но выбор *скудный*» (в данном случае имеет место сочетание количественной и нормативной оценки).

В целом в данной категории чаще всего встречаются оценки с точки зрения некоего пространства – такие оценочные прилагательные, как *просторный, тесный, большой, маленький, крошечный* и *spacieux* ‘просторный’, *immense* ‘огромный’, *grand* ‘большой’, *petit* ‘маленький’. Они совмещают в себе нормативную, утилитарную и сенсорно-гедонистическую оценку: небольшой размер номера отеля не соответствует норме, стандартным представлениям о том, какова должна быть комната; такой размер неудобен и некомфортен для проживания; и наоборот, просторный номер соответствует норме, удобен и комфортен.

Нередко оценки усиливаются с помощью определенных языковых средств (73). Французы чаще используют средства усиления оценки: в отзывах французских женщин встретилось 29 примеров, в текстах французских мужчин – 18, тогда как в отзывах русских женщин – 16, а в текстах русских мужчин – 10. В подавляющем большинстве усиление выражается наречиями (*très* ‘очень’, *vivement* ‘сильно’, *absolument* ‘абсолютно’): «*un très bon moment passé dans cet hôtel*» ‘мы *очень хорошо* провели время в этом отеле’.

Снижение интенсивности оценки встречается значительно реже, чем усиление (13), но в целом обнаруживаются схожие закономерности. В основном это явление наблюдается у французов (в 9 контекстах в отзывах мужчин и в 3 – в текстах женщин): «*je ne vous cache pas qu’il y avait un peu de bruit*» ‘не буду скрывать, что там было *шумновато*’ (букв.: ‘немного шума’). У русских снижение интенсивности оценки наблюдается лишь в 1 контексте.

Итак, на основании проведенного исследования можно сделать такие выводы.

В целом авторы отзывов вне зависимости от пола и лингвокультурной принадлежности выражают общую оценку похожим образом как в количественном отношении, так и с точки зрения используемых средств. Общая оценка представлена довольно широко, соответственно, и репертуар средств выражения оценки разнообразен, хотя все же преобладают, как и в случае с другими типами оценки, слова аксиологической семантики, в частности прилагательные.

Для француженок не так характерно выражение нормативных оценок, как для русских мужчин и женщин и французских мужчин. Можно предположить, что они не придают большого значения соответствию нормам. С другой стороны, французские женщины часто оценивают отель, а вернее, его персонал, с этической точки зрения.

Выявлены некоторые закономерности в использовании средств выражения нормативной оценки. В целом русские авторы отзывов почти в половине случаев выражают нормативную оценку не только с помощью лексических средств, но и синтаксическими, иногда фразеологическими средствами. Французы тоже используют иные, помимо лексических, средства, но они представлены не так широко.

Интересно, что эмоциональную оценку (как один из видов психологической) люди всех четырех групп выражают примерно с одинаковой частотой. Нельзя сказать, кто именно – мужчины или женщины, французы или русские – придает большее значение тому, какие они испытывают эмоции, пребывая в том или ином отеле.

С утилитарной точки зрения отели оценивают в основном русские и французские мужчины, а также француженки. Русским женщинам не свойственно оценивание отелей в этом аспекте. Они уделяют больше внимания испытываемым эмоциям, сенсорно-вкусовым ощущениям, а не удобству расположения отеля.

Вопреки устоявшемуся представлению о французских людях как о больших эстетках, наш материал показывает, что для русских (в особенности для мужчин) эстетический аспект пребывания в гостинице оказывается намного важнее, чем для французов. Возможно, красота отеля служит для русских мужчин неким показателем их статуса, финансовых возможностей, тогда как гедонистический аспект для них не так важен, т. е. они придают большее значение внешним атрибутам, а не своим собственным сенсорно-вкусовым ощущениям, которые оказываются, напротив, важнее для французов и француженок, а также для русских женщин.

Женщинам, особенно русским, выражение комплексных, сложных оценок свойственно в меньшей степени, чем мужчинам. Возможно, женщинам несколько легче оценить то или иное явление с одной стороны, наиболее важной для них в конкретной ситуации. Мужчины же часто рассматривают оцениваемый объект комплексно, со всех сторон, учитывая различные его характеристики.

Как усиление, так и снижение интенсивности оценки чаще встречаются в отзывах французов, а не русских. У французских людей в сознании существует более широкая градация оцениваемых явлений: есть что-то очень хорошее, просто хорошее, «чуть плохое», плохое и очень плохое. Русские люди в этом смысле более категоричны: их палитра оценок содержит деление на очень хорошее, хорошее, плохое и очень плохое, причем чаще всего оцениваемые объекты просто делятся на «хорошие» и «плохие» (т. е. наблюдается четкое разграничение положительных и отрицательных оценок).

Результаты данного и подобных исследований имеют не только теоретическое, но и прикладное значение: они могут быть использованы представителями различных заведений для анализа сильных и слабых сторон своего сервиса, понимания запросов своей целевой аудитории, особенностей восприятия своих услуг представителями обоих полов и различных культур.

Список литературы

Алексеева А. А. Отзывы пациентов родильных домов Новосибирска и Лондона: репрезентация оценки (на материале сайтов flamp.ru и nhs.uk) // Вест. Томск. гос. ун-та. 2015. № 5 (37). С. 5–25.

Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: оценка, событие, факт: Моногр. М.: Наука, 1988. 341 с.

Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека: Моногр. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.

Зубкова О. С. Медицинская метафора и медицинская метафора-термин в индивидуальном лексиконе (экспериментальное исследование) // Знание. Понимание. Умение. 2010. № 1. С. 140–145.

Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. С. 166–205. URL: <http://philologos.narod.ru/ling/karasik.htm> (дата обращения 09.04.2016).

Макарова О. С., Устюжанина А. К. Критика медицинского сообщества в блогосфере // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. 2014. Т. 13, вып. 6: Журналистика. С. 137–142.

Материал поступил в редколлегию 29.06.2016

A. A. Alekseeva, N. A. Borzenkova, K. S. Fomel

*Novosibirsk State University
1 Pirogov Str., Novosibirsk, 630090, Russian Federation*

alina.alexeeva@gmail.com

APPRAISAL IN NAÏVE DISCOURSE: ETHNOLINGUISTIC AND GENDER ASPECTS (ON THE MATERIAL OF TRIPADVISOR)

Purpose: The article deals with appraisal expression in naïve discourse presented in the reviews of hotels left by Russian and French people on the French and Russian versions of Tripadvisor.com. This web site contains feedback from ordinary customers about different places like restaurants, museums, shops etc. around the world. Tripadvisor.com enables to know some personal information about the authors of reviews. The material is analyzed from the points of view of ethno-linguistics and gender linguistics in order to see if there are any differences in types of appraisal and its means of expression based on the language and/or gender of reviewers. The classification by the reason of appraisal made by N.D. Arutyunova, supplemented with one more type named securitary appraisal, serves as the methodological basis of our research.

Results: It is shown that qualitative appraisals are the most widely presented types in all four groups of reviews (written by Russian men, Russian women, French men, and French women); quantitative and complex appraisals are much less frequent. Among qualitative appraisals the most widely presented subcategory in the reviews written by both men and women, Russian and French people is general appraisal. The number of contexts with emotional appraisal and the means of its representation are similar in all four groups of texts. The reviews written by French women contain the smallest number of the contexts evaluating hotels from the point of view of complying with norms and meeting standards. As for the utilitarian appraisal, the minority of the examples can be seen in the reviews by Russian women. Aesthetic appraisal is most frequently presented in Russian men's texts, while hedonistic appraisal is less typical for this group in comparison with three other groups. The most widely spread means of appraisal expression in all four groups are words with axiological meaning, especially adjectives, whereas metaphors are somewhat untypical for this kind of discourse. Syntactic, phraseological, and morphological means are used less frequently. In some cases authors strengthen or weaken their appraisals. The French do it more often than the Russians and tend to have more various spectrum of appraisal strengthening and weakening.

Conclusion: The vast majority of the types of appraisal differ in their quantity depending on both gender and language of the authors, yet practically each type of appraisal is presented most or least frequently in only one particular group. Thus, we see no direct correlation between either the lan-

guage or the gender and the types of appraisal. However, there is correlation between the frequency of appraisal strengthening or weakening and authors' languages. Linguistic means of appraisal expression are similar in naïve discourse texts written by people of both genders and in both languages. The results of the present research has not only theoretical, but also practical value because they can be used for better understanding of the demands of target groups and the peculiarities of reactions of the representatives of different cultures and both genders.

Keywords: appraisal, naïve discourse, gender linguistics, ethnolinguistics

References

Alekseeva A. A. Otzyvy patsientov roditel'nykh domov Novosibirsk i Londona: reprezentatsiya otsenki (na materiale saitov flamp.ru i nhs.uk) [Reviews by patients of Novosibirsk and London maternity hospitals (on the material of flamp.ru and nhs.uk)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Tomsk State University Bulletin], 2015, № 5 (37), p. 5–25. (In Russ.)

Arutjunova N. D. Tipy yazykovykh znachenii: otsenka, sobytie, fakt: Monogr. [Types of language meanings: appraisal, event, fact]. Moscow, Nauka, 1988, 341 p. (In Russ.)

Arutjunova N. D. Yazyk i mir cheloveka: Monogr [The language and the world of the man]. Moscow, Yazyki russkoi kul'tury, 1999, 896 p. (In Russ.)

Zubkova O. S. Medicinskaja metafora i medicinskaya metafora-termin v individual'nom leksikone (yeksperimental'noe issledovanie) [Medical metaphor and medical metaphor-term in an individual lexicon (experimental study)]. *Znanie. Ponimanie. Umenie* [Knowledge. Understanding. Skill], 2010, № 1, p. 140–145. (In Russ.)

Karasik V. I. Kul'turnye dominanty v yazyke [Cultural dominants in language]. Karasik V. I. *Yazykovoï krug: lichnost', koncepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd, Peremena, 2002, p. 166–205. URL: <http://philologos.narod.ru/ling/karasik.htm> (accessed 09.04.2016). (In Russ.)

Makarova O. S., Ustyuzhanina A. K. Kritika meditsinskogo soobshchestva v blogosfere [Criticism of medical community in the blogosphere]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, filologiya* [Novosibirsk State University Bulletin. Series: History and Philology], 2014, vol. 13, iss. 6: *Zhurnalistika*, p. 137–142. (In Russ.)