

Особенности мотивации оценки в тексте кинокритики

Легостаева Евгения Андреевна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра телерадио журналистики,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: st076044@student.spbu.ru

Становление коммерческой киноиндустрии, начавшееся в России в 1990-е годы, постепенно привело к соответствующим изменениям в кинокритике. Сами критики уже в начале 2000-х годов начали говорить о том, что рецензенты «помогают режиссерам продвигать их фильмы» [8], «оценки выдаются рекламные, а не аналитические» [9]. Постепенное вытеснение авторского кинематографа продюсерским актуализировало ценностный конфликт восприятия кино как искусства и кино как бизнеса в кинокритике постсоветского периода.

Наша цель - выявление влияния новой ситуации на текстовую презентацию оценки кинопроизведения в жанре рецензии.

По мнению современных специалистов, жанр рецензии можно рассматривать как конвергентный, пограничный между сферами журналистики и художественной критики [3, 4]. Сверхзадачей кинокритики как эстетически-оценочного аналитического жанра учеными признается ценностное ориентирование читателя. При реализации этой сверхзадачи сегодня возникает целый комплекс проблем. Неустойчивое состояние ценностных критериев как наиболее значимый экстралингвистический фактор для формирующегося дискурса российской кинокритики влияет на критерии оценки, в соответствии с которыми критик рассматривает предмет рецензирования. Традиционно рецензирование предполагает формирование аргументированной объективной оценки достоинств и недостатков произведения, однако «сегодня в среде рецензентов нет единой шкалы оценки» [Набиева 2017: 136]. Мотивация самой трудной для речевой репрезентации эстетической оценки в современной рецензии ограничивается «минимальной информацией об авторе, интерпретацией названия, выявлением персонажных рядов, особенностей композиции, сюжета, режиссуры - авторской повествовательной манеры» [Цветова, Самсонова 2021: 35]. Жанр рецензии становится частью системы медиапрезентации и продвижения художественных произведений [5, 6].

В основе нашего исследования лежит анализ и сопоставление рецензий на российские фильмы, опубликованных в газете «Коммерсантъ» в 1996 и 2022 гг. (эмпирическая база создавалась методом сплошной, репрезентативной выборки). Результаты исследования позволяют констатировать снижение аналитичности современной российской кинокритики. Фильмы в современных рецензиях нередко оцениваются на основе личных предпочтений автора рецензии, с ориентацией на его эмоциональное состояние. Проявлением этой тенденции является достаточно очевидное доминирование осведомительной интенции (пересказ фильма без детального анализа фабулы).

В рассмотренных с применением метода лингвостилистического анализа текстах, опубликованных со значительным временным интервалом, сохраняются многие речевые характеристики классического жанра рецензии как принадлежащего к культурно-просветительскому сегменту арт-медиадискурса. Эту особенность можно объяснить речевой концепцией изданий. Однако и здесь есть характерные изменения: в частности, усиление антитезы как стилистического средства мотивации оценки, свидетельствующее о пропагандистском статусе новой кинокритики.

В основе большинства рассмотренных рецензий 1996 года лежит коммуникативное действие «объяснение оценки» [1], предполагающее формулирование итоговой оценки произведения в качестве результата анализа различных его аспектов, в то время как в рассмотренных рецензиях 2022 года доминирует такое коммуникативное оценочное действие, как «подтверждение истинности оценки» [1], в соответствии с которым оценочный тезис формулируется уже в начале рецензии. Это позволяет сделать вывод о тяготении современной кинокритики к «подаче события в заранее предпрешенном освещении» [Копылова 2011: 42], свойственной рекламе и пиару.

В совокупности эти особенности дают возможность констатировать изменение сверхзадачи современной кинокритики: вместо ценностного ориентирования она в первую очередь сообщает читателю о потребительских качествах художественного произведения. Соответственно изменяются и используемые рецензентами способы мотивации оценки. Так, для современной кинокритики в качестве аргументов для сформулированного в начале текста оценочного тезиса чаще используются пересказ сюжета и средства репрезентации психологической оценки произведения. Приведенные выше факторы приводят к снижению аналитичности и объективности текстов, относящихся к данному жанру.

Источники и литература

- 1) Дускаева Л. Р. Выражение оценочных коммуникативных действий в журналистском культурно-просветительском дискурсе // Вестник ПГНИУ. 2014. Вып. 4(28). С. 206-213.
- 2) Копылова Р. Д. Современная отечественная кинокритика: между пиаром и артхаусом // Киноискусство и кинозрелище. Ч. II. СПб., 2011. С. 3-45.
- 3) Набиева Е. А. Рецензия как публицистический жанр. М., 2017.
- 4) Потсар А. Н., Черкасова Е. Н. Рецензия как семантическая структура в системе текстов СМИ, сформированной темой культуры // Русская речь в СМИ. Речевые системы и речевые структуры. СПб., 2011. С. 327-345.
- 5) Самсонова А. А. Речевая репрезентация оценивания произведения искусства в журналистских текстах. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2019.
- 6) Цветова Н. С. Делать художественное общедоступным // Актуальные проблемы стилистики. 2017. №3. С. 168-178.
- 7) Цветова Н. С., Самсонова А. А. К проблеме трансформации жанрового репертуара российского арт-медиадискурса // Вестник БФУ им. И. Канта. 2021. №3. С. 31-42.
- 8) Режиссер против продюсера. Круглый стол «ИК» на ММКФ // Искусство кино. 2001. №4. URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2001/04/n4-article21>
- 9) Режиссер против критика. Круглый стол «ИК» на ММКФ // Искусство кино. 2002. №1. URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2002/01/n1-article21>