

## ОЦЕНОЧНОСТЬ В ЖАНРЕ КИНОРЕЦЕНЗИИ

Э. Ю. Гаранина

## EVALUATION IN THE GENRE OF FILM REVIEW

E. Yu. Garanina

В данной статье рассматриваются история развития жанра кинокритики, его особенности, а также способы выражения оценочности как жанро- и текстообразующей категории кинокритики. Выявлен преобладающий коммуникативный регистр кинокритики – реактивный регистр. Статья содержит примеры выражения оценочности на различных языковых уровнях.

The article deals with the development history of the genre of film review, its peculiarities and the ways of expressing evaluation – the category forming film review genre and text. The reaction register being the dominant communicative register of film review is revealed. The article contains some examples of the expressing evaluation on different linguistic levels.

**Ключевые слова:** кинокритика, рецензент, оценочность, оценка, кинокритика.

**Keywords:** film review, reviewer, evaluation, value, film criticism.

Критический жанр кинокритики родился вместе с кино. В 1907 году американский еженедельник «Variety» («Варьете») опубликовал первую в истории кинокритику на французский фильм «Émouvant voyage de pose» («Захватывающий медовый месяц»). С тех пор популярность жанра неуклонно росла, ведь из-за огромного числа новых фильмов зрителю перед просмотром нужна была оценочная информация и помощь в выборе.

Оценочность – формирование ценностного отношения – является жанро- и текстообразующей категорией кинокритики. Оценочность не тождественна оценке, а представляет собой только её конкретную реализацию. Оценочное значение вбирает в себя разноплановые связи – психологические, онтологические, коммуникативные, деятельностные. Оценка принадлежит одновременно областям реакций и стимулов [1, с. 137 – 142]. Оценочное высказывание подразумевает наличие трёх компонентов – объекта, субъекта и основания оценки, претерпевающих постоянные исторические изменения.

Так, в начале века в кинокритиках оценивались возможности развития кино как нового вида искусства и технического чуда. С 1912 года с выходом первых полноценных художественных фильмов процессом написания кинокритик заинтересовались профессиональные театральные критики [5, с. 8]. С появлением звукового кино в 1927 году резко возросло число отрицательных рецензий, так как считалось, что звук мешает зрительному восприятию. В 1935 году та же участь постигла и цветное кино, а затем и широкий экран, синерamu, стереозвук, 3D-технологии. В 1930-е годы с признанием кино видом искусства (как правило, начиная с работ Д. У. Гриффита) внимание кинокритиков сосредоточилось на художественной ценности фильмов, а не на их технологическом исполнении [2, с. 48].

Новые технологии влияют не только на содержание рецензии, но и на её формы. С 1907 года отзывы кинокритиков на тот или иной фильм размещались в популярных газетах и журналах, вскоре начали выходить и специализированные издания о кино. Со второй половины XX века кинокритики появились на радио и телевидении, хотя особой популярностью не

пользовались. Американский кинокритик и телеведущий Роджер Эберт ввёл моду на мини-рецензии для широкого круга читателей кино, до него были распространены только критические статьи и объёмные рецензии.

С появлением Интернета возросло число кинокритик и их авторов – профессионалов и любителей. С 1996 года рецензии о фильмах размещаются на специализированных сайтах (первый сайт – «Ain't It Cool News» Гарри Ноулза), сайтах периодических изданий, в профессиональных и любительских блогах и социальных сетях. Центром отзова стала не объективная оценка самого фильма, а субъективное мнение рецензента. Рациональная оценочность, учитывающая нормы социума и основывающаяся на логике, сменяется эмоциональной.

Интернет дал толчок развитию любительской кинокритики. Профессиональные кинокритики разделились на искусствоведческие и рассчитанные на широкую аудиторию. Для рецензий, рассчитанных на широкую аудиторию, характерны высокий уровень оценочности, соотнесение с усреднённым зрителем, сниженный стиль, молодёжный сленг, социо-политическая направленность. Для искусствоведческой рецензии, согласно исследованию Л. А. Земцовой, характерны ориентированность на профессионала в области искусства, объективность критериев оценки, использование терминологии, профессионального жаргона, эстетическая насыщенность и возвышенность, глубина анализа, философские размышления, привлечение дополнительного материала, стилистическая отстранённость [3, с. 111 – 174]. Основные конститутивные признаки искусствоведческой кинокритики сводятся к оценочной персуазивности, интерпретативно-аттрактивной информативности и эстетической рекреативности. Искусствоведческая рецензия служит основой для рецензий, рассчитанных на широкую аудиторию, и любительских рецензий.

В Интернете наиболее распространёнными являются кинокритики на английском языке, что неудивительно, ведь доля англоязычного Интернет-трафика составляет более пятидесяти процентов. Крупнейший сайт о кинематографе – изначально англоязычный «IMDb» («Internet Movie Database»), аналогом которо-

го является русскоязычный «КиноПоиск». К сожалению, профессиональные кинокритики, в отличие от любительских пока не получили в русскоязычном Интернете такого широкого распространения, как в англоязычном. Исследование категории оценочности в кинокритиках наиболее актуально на англоязычном материале.

Для выявления особенностей выражения оценочности было проанализировано около 150 англоязычных кинокритик сайта «IMDb». В исследовании использовались положительные, отрицательные и нейтральные кинокритики различных рецензентов-профессионалов, пишущих для широкой аудитории.

Современная кинокритика выполняет две основные функции – оценивание фильма и влияние на мнение читателя. Г. Штегерт отмечает полифункциональность как основное свойство кинокритики [6, с. 24 – 38] и перечисляет её функции – информационную, оценочную, рекламную, мотивационную. Для успешного функционирования в кинокритике должны присутствовать следующие элементы содержания: информация о фильме; анализ художественного и технического исполнения фильма; аргументированная оценка автора рецензии на основе проведённого анализа; воздействие на решение читателя смотреть или не смотреть фильм и его мнение о фильме; реклама и антиреклама.

Следует отметить, что не каждый текст кинокритики может содержать все выделенные элементы.

В соответствии с функциями кинокритики автор использует тактики убеждения: 1) общие – цитирование, привлечение читателя, параллелизм, пересказ, использование чужого мнения; 2) специальные – прямую и косвенную оценки.

Во всех рассмотренных профессиональных кинокритиках авторы придерживались одной и той же структуры:

- 1) заголовок, привлекающий внимание читателя;
- 2) начальный абзац, кратко и ярко выражающий мнение рецензента о данном фильме и дающий минимально необходимую информацию о фильме;
- 3) основной текст рецензии, разделённый на короткие параграфы:
  - анализ и критика нескольких аспектов фильма (замысла режиссёра, сценария, сюжета, стиля, саундтрека, спецэффектов и так далее);
  - сравнение с предыдущими работами режиссёра, с другими фильмами, как лучшими, так и худшими, с источником сценария;
  - выделение наиболее удачных или неудачных моментов;
- 4) заключение, включающее заключительную оценку фильма и совет зрителю (смотреть или не смотреть данный фильм).

Стоит также отметить, что положительные кинокритики, как правило, начинаются с краткого обзора слабых сторон фильма, а отрицательные – с признания удачных моментов. Более того, общая оценка рецензента (которая всегда субъективна) в начале и конце рецензии может противоречить основному тексту рецензии, содержащему объективный анализ.

Рецензент проявляется в тексте не только как индивидуальность, но и в самих способах организации текста [7, с. 93]. Используя классификацию коммуникативных регистров Г. А. Золотовой [4, с. 29], в проанализированных кинокритиках можно выделить все пять типов: репродуктивный (воспроизведение наблюдаемого), информативный (донесение информации до читателя), реактивный (оценивание), генеративный (обобщение информации), волюнтивный (воздействие на поведение читателя) регистры.

Функции и регистры во взаимосвязи образуют текст кинокритики.

По данным проведённого исследования, преобладающий реактивный регистр кинокритики выражен на лексическом уровне, в основном, качественными прилагательными («The most *powerful* movie of all time»), глаголами переносном значении («I see the point of the film»), абстрактными существительными («his artistic *imagination* runs wild»). На синтаксическом уровне реактивный регистр выражен, в основном, составными именными сказуемыми («He is the *driving creative force*»). Генеративный и волюнтивный регистры представлены в текстах кинокритики в наименьшем объёме.

В англоязычных кинокритиках используются многообразные способы выражения оценочности. Встречаются как общеоценочные, так и частнооценочные аксиологические значения. Общеоценочные слова передают итоговую, холистическую оценку, взвешивая все отрицательные и положительные стороны объекта («good», «bad»). При этом положительная оценка вовсе не означает, что у объекта есть одни только достоинства; она означает лишь то, что достоинства перевешивают недостатки. То же можно сказать и об отрицательной оценке. Субъективная система паритетов для установления общей оценки включает как численное соотношение достоинств и недостатков, так и индивидуальную иерархию ценностей.

Частнооценочные слова характеризуют объект лишь с одной стороны, и поэтому весьма разнообразны. Для характеристики частных оценок была использована классификация Н. Д. Арутюновой [1, с. 198]:

- гедонистические (сенсорно-вкусовые), являющиеся максимально индивидуальными («tasty»);
- психологические оценки – рационализированные и осмысленные («stupid», «nerd»);
- эстетические – объединение гедонистических и психологических оценок («magnificent», «amazing»);
- этические («kind»);
- нормативные («common»);
- утилитарные («useless»);
- телеологические («lucky»).

Обще- и частнооценочные значения передаются по-разному синтаксически. Так, частные оценки выступают, в основном, в роли предиката («amazing film»). Общие оценки могут выражаться как предикатами («bad screenplay»), так и модальными операторами, в том числе и в пропозиции («I think it's good that...»).

Рецензии и отзывы, имеющие целью выведение общей оценки, предполагают аксиологическую маркированность и поляризацию любых утверждений текста. При этом используются аксиологические опе-

раторы: «Advantages to being a screenwriter...», «it is a disadvantage...», «It's better...» и др. Читатель, которому может быть неясна оценка, вправе спросить, хорошо или плохо то, что взялся оценить автор.

Н. Д. Арутюнова сравнивает оценку с натуральным рядом чисел, ведь она основана на представлении о количестве [1, с. 141]. Механизм выведения общей оценки можно сравнить и с процедурой взвешивания, когда на одной чаше весов – отрицательные, на другой – положительные характеристики объекта оценки. При этом общая положительная оценка не исключает недостатков.

На лексическом уровне для более точной передачи возникающих от просмотра эмоций рецензенты придумывают окказионализмы-прилагательные (к примеру, «power-funny» – «супер-смешной»). Довольно часто встречаются заимствования из других языков: например, французские «Tour de Force» («чудо мастерства») и «l'amor fou» («безумная любовь»), русское «babushka» («бабушка»), китайское «Mo lei tau» (особый вид юмора Гонконга), немецкое «fantastisch» («фантастический»), итальянское «bellissimo» («прекраснейший»). Используются и общеизвестные латинские оценочные выражения: «a priori» («изначально»), «ad absurdum» («до абсурда»), «status quo» («статус-кво»), «versus» («против»).

Во всех рассмотренных рецензиях встречаются кинематографические термины: например «storyboard» («раскадровка»), «best boy» («помощник осветителя»), «cameo» («камео»). Термины других областей знаний используются при анализе сюжета. Так, в рецензиях на фильм «The Social Network» («Социальная сеть») найдено около 20 терминов из области информационных технологий: «cache» («кэш»), «cyberspace» («киберпространство»), «web-server» («веб-сервер»). В кинорецензиях встречаются и примеры профессионального жаргона: «warez» (от «software» – «программное обеспечение»), «nerd» («продвинутый пользователь»). Использование терминов придаёт оценке автора основательность, объективность, повышает доверие читателя к рецензенту.

Несмотря на то, что рецензии пишут профессиональные критики, довольно распространены просторечия: «gonna» (от «going to» – «собираться что-либо сделать»), «wanna» (от «want to» – «хотеть что-либо сделать»), «wannabe» (от «want-to-be» – «поклонник»), «уер» («да»), «пор» («нет») и другие. Встречаются и нетипичные сокращения: «'bout» («about»). Данный пласт лексики придаёт оценочности общедоступный характер: автор желает подчеркнуть неоспоримость, «демократичность» оценочного высказывания. Некоторые рецензенты используют архаизмы: «Hear Ye!» («Слушайте!»). В 34 рецензиях из 100 исследованных были выделены сленговые слова и выражения: «antsy» («дёрганый»), «rat race» («мышьяная возня»), «laddish» («развязный»), «pig-out» («обжираться»). Сленг, как правило, позволяет выразить крайнюю степень раздражения.

Самая распространённая часть речи среди оценочных слов – прилагательное, что объясняется самой описательной функцией этой части речи: «snobbish» («снобистский»), «great» («великий»), «magic» («волшебный»). Не так часто встречаются оценочные су-

ществительные: «geek» («чудак»), «fool» («дурак») и междометия («hurray» – «ура»). Глаголы («enjoy» – наслаждаться) и наречия («well» – хорошо) практически не используются для выражения оценочности в кинорецензиях.

В целом, самыми популярными (встретились в 50 рецензиях из 100) оценочными словами и выражениями в рассмотренных кинорецензиях являются: «delightful» («восхитительный»), «powerful» («сильный»), «worthy addition» («существенное дополнение»), «rollicking» («беззаботный»), «hodgepodge» («неразбериха»), «family-friendly» («для всей семьи»), «feel-good» («оптимистичный»), «laugh out loud» («смеяться вслух»), «exhilarating» («освежающий»), «too cute» («весьма остроумно»), «thought-provoking» («наводящий на размышления»), «must see» («то, что обязательно к просмотру») и даже непереводимое «motherfucker» (что-либо в высшей степени отвратительное или, наоборот, превосходное). Положительные оценочные суждения преобладают в большинстве отзывов кинокритиков, хотя изредка встречаются и категоричные отрицательные.

На синтаксическом уровне оценочность выражается, в основном, использованием однородных членов предложения: «I am laughing at everything that's politically incorrect, crass, rude, vulgar, disrespectful» («Я смеюсь над всем, что политически некорректно, бестактно, грубо, вульгарно, неуважительно»). Вводные обороты не только выражают оценку, но и указывают на её источник: «To be quite frank» («Честно говоря»), «It goes without saying» («Само собой разумеется»).

Текст рецензии выстраивается как монолог, но для доказательства объективности авторской оценки зачастую цитируются диалоги из рецензируемого фильма: – «It's turkey time!» – «Huh?» – «Gobble, gobble!» (– «Время индейки!» – «Да?» – «Кулдыкать!»). Рецензенты также приводят мнения других кинокритиков или популярных личностей для подтверждения или опровержения своей точки зрения, что позволяет создать иллюзию плюрализма оценок: «Washington Post boss Katharine Graham loved the film...» (Катарине Грэхэм, главе Вашингтон Пост, понравился фильм...).

Самыми популярными стилистическими приёмами выражения оценочности в кинорецензиях оказались эпитет («amazing film» – «потрясающий фильм»), сравнение («as powerful as» – «такой же мощный, как»), гипербола («She repeated it a thousand times!» – «Она тысячу раз это повторила!»), повторение («again, again, again» – «опять, опять, опять»). Реже используются клише («Live and learn» – «Век живи – век учись»), инверсия («funny am I» – «смешон я»), метафоры («He is a rock» – «Он – скала»), пословицы («All that glitters is not gold» – «Не всё то золото, что блестит»).

Для придания оценочному высказыванию особого статуса часто используется графическое выделение курсивом, жирное начертание, подчёркивание: «THANK GOD I DIDN'T» («Слава Богу, я не сделал этого»), «a pleasant surprise» («приятный сюрприз»), «constant avalanche» («непрерывная лавина»).

Для оценочного высказывания в рассмотренных кинорецензиях характерны несколько типов контекста: 1) выбор, голосование («this is the best way out»); 2) рекомендация, инструкция, совет при положительной оценке («All you can do is go and see for yourself», запрет при отрицательной оценке («Don't waste your time watching this movie»); 3) похвала, активное одобрение («It's powerful, captivating»); 4) вердикт («It's an Academy Award-winning film»); 5) эффективность («Captivating light and special effects»); 6) навыки профессионала («the best film critics»).

Текстовая категория оценочности существует на всех языковых уровнях кинорецензии: лексическом,

морфологическом, синтаксическом, композиционном. Набор способов выражения оценочности индивидуален и зависит от установок, целей, адресата кинорецензента. Оценочные высказывания позволяют кинорецензии осуществлять функции информирования, просвещения, оценки, воздействия и рекламы.

Проявления оценочности могут быть связаны не только с индивидуальным восприятием киноискусства, но и с национальной картиной мира, что может быть выявлено в англо- и русскоязычных кинорецензиях при сравнительном анализе оценочности как одной из форм национального восприятия.

### Литература

1. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Беленький, И. В. Лекции по всеобщей истории кино: годы беззвучия / И. В. Беленький. – М.: Гуманитарный институт телевидения и радиовещания им. М. А. Литовчина (ГИТР). – 2008. – 416 с.
3. Земцова, Л. А. Искусствоведческая рецензия как жанр массово-информационного дискурса: дис. ... канд. филол. наук / Л. А. Земцова. – Волгоград, 2006. – 205 с.
4. Золотова, Г. А. Коммуникативная грамматика русского языка / Г. А. Золотова, Н. К. Ониненко, М. Ю. Сидорова. – М.: МГУ, 1998. – 528 с.
5. Holopirek, J. A. Online Journalism: The Transformation of the Film Review / J. A. Holopirek. – Cambridge: ProQuest, 2007. – 172 p.
6. Stegert, G. Filme rezensieren in Presse, Radio und Fernsehen / G. Stegert. – Munchen: TR-Verlagsunion, 1993. – 245 s.
7. Text and Genre in Reconstruction: Effects of Digitalization on Ideas, Behaviours, Products and Institutions. – Cambridge: OpenBook Publishers, 2010. – 245 p.

### Информация об авторе:

*Гаранина Элина Юрьевна* – аспирант кафедры теории и практики перевода КемГУ, учитель английского языка МБОУ «Лицей № 62» г. Кемерово, 89049609731, elfinelk@gmail.com.

*Elina Y. Garanina* – post-graduate student at the Department of Interpretation and Translation, Kemerovo State University; English teacher at Lyceum № 62, Kemerovo.