

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-073-5-2-40>

МОВЛЕННЄВИЙ ЖАНР РЕЦЕНЗІЇ У КІНОКРИТИЦІ

Зьомко У. В.

кандидат філологічних наук,

асистент кафедри англійської філології

Львівського національного університету імені Івана Франка

м. Львів, Україна

Дослідження у сфері кінематографа та кінокритики відзначають вагому кореляцію між оцінкою критиків та комерційним успіхом кінокартини [5; 9; 13]. З активним розвитком кіномистецтва в США на початку 1960-х років кіностудії звертаються до цитування позитивних рецензій як потужного рекламного засобу.

Серед чинників, які зумовлюють вплив рецензії, виокремлюють соціокультурну наближеність автора до читача, текстові характеристики самої рецензії, специфіку засобу масової інформації (рівень впливовості журналів, газет й інтернет-сайтів та індивідуальні ознаки аудиторії) [7]. Окрім впливу рецензії у кінокритиці (РК) на читацьку аудиторію дослідники відзначають її вагому роль у відкритті інноваційної естетики та нових талантів у сфері мистецтва [6; 11].

Американський професор соціології В. Шрам вважає, що сучасний критичний дискурс зазвичай складається з трьох компонентів: описативного (інформування за допомогою фактів), аналітичного (інтерпретаційний контекст) та оцінного (позитивні або негативні судження, які вказують на «правильну», з погляду суб'єкта, оцінку об'єкта критики) [11]. Німецька дослідниця К. Лізем виокремлює два головні компоненти журналістської критики, а саме повідомлення фактологічної інформації про певну подію (Berichtselement) та її оцінювання (Kommentarelement) [10]. Саме оцінний компонент рецензії сприяє створенню певних взаємин між журналістом-критиком (на відміну від журналіста-репортера) та його читачем: відчуття прихильного ставлення до рецензента виникає за умови взаємної довіри, проте існує ризик виникнення антипатії у разі незгоди з оцінкою рецензента.

Для аналізу мовленнєвого жанру РК релевантним є заснований на ідеях М. Бахтіна [1] мовленнєвий підхід, який, на думку Т. Шмельової, враховує інтенції автора, умови комунікації і, як наслідок, мовне оформлення мовленнєвого жанру. Головною конституційною ознакою мовленнєвого жанру дослідниця вважає комунікативну мету висловлення

[4]. Мовленнєві жанри розглядають як репродуктивні форми текстової діяльності, певні взірці ефективної мовленнєвої взаємодії, які, на думку Ф. Бацевича, необхідні для розуміння природи й організації дискурсу [2, с. 95–100].

Жанр РК активно функціонує сьогодні в медійній сфері, що зумовлено низкою чинників: появою нових інформаційних каналів, зокрема Інтернету, для транслявання критичної інформації; збільшенням публікацій критичних матеріалів не тільки у спеціалізованій, а й у масовій періодиці; розширенням тематичного простору жанру рецензії (об'єктом критики дедалі частіше стають не лише «феномени високої культури, а й явища побутової культури» [3, с. 3]).

Мова медій відбиває найактуальніший стан і тенденції мови певної лінгвокультурної спільноти, покликана формувати мовні смаки, світоглядні орієнтації і поведінкові моделі та сприяти вихованню мовної і соціальної культури. Проте розвиток масової культури, визначальною рисою якої називають комерційне спрямування – різні сфери суспільного життя, зокрема мистецтво, стають предметом масового споживання і підпорядковуються економічним інтересам – спричинює зміну читацької і глядацької аудиторії [8; с. 12].

Оволодіння Інтернетом та поява нової платформи для критичних публікацій і дискусій про кіно спричинили помітні зміни у кінокритиці. Умовно всі види сучасних інтернет-видань, які торкаються проблем кіномистецтва, поділяють на професійні, вузькоспеціалізовані та неспеціалізовані або розважальні видання. Вузькоспеціалізовані видання містять більше якісного аналітичного матеріалу, енциклопедичну інформацію про видатних особистостей у кінематографі та їхні фільми, документальні джерела. Неспеціалізовані видання, орієнтовані на широку аудиторію глядачів, містять зазвичай невеликі за обсягом рецензії, трейлери й анонси, і дають змогу швидко зорієнтуватися, який фільм вартий перегляду.

Література:

1. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. Собрание починений: в 5 т. Работы 1940–1960 гг. Москва, 1996. Т. 5. С. 159–206. URL: http://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm (дата звернення: 25.04.2014).
2. Бацевич Ф.С. Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи. Львів, 2005. 264 с.

3. Нерсесова Т.Е. Типы и жанры рецензирования в современных печатных СМИ: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Москва, 2012. 24 с.
4. Шмелева Т.В. Текст как объект грамматического анализа. Красноярск, 2006. 63 с.
5. Basuroy S., Chatterjee S., Ravid S.A. How Critical Are Critical Reviews? The Box Office Effects of Film Critics, Star Power, and Budgets. *Journal of Marketing*. 2003. Vol. 67, № 4. P. 103–117.
6. Cameron S. On the Role of Critics in the Culture Industry. *Journal of Cultural Economics*. 1995. Vol. 19, № 4. P. 321–331.
7. Debenedetti S. The roles of media critics in the cultural industries. *International Journal of Arts Management*. 2006. Vol. 8 (3). P. 30–42.
8. Hellman H., Jaakkola M. From Aesthetes to Reporters: the Paradigm Shift in Arts Journalism in Finland. *Journalism*. 2011. Vol. 13 (6). P. 783–801.
9. Lampel J., Shamsie J. Critical Push: Strategies for Creating Momentum in the Motion Picture Industry. *Journal of Management*. 2000. Vol. 26. № 2. P. 233–257.
10. Liesem K. *Professionelles Schreiben für den Journalismus*. Springer-Verlag, 2014. 173 pages.
11. Shrum W. Critics and Publics: Cultural Mediation in Highbrow and Popular Performing Arts. *American Journal of Sociology*. 1991. Vol. 97. № 2. P. 347–375.
12. Verboord M., Janssen S. Arts Journalism and Its Packaging in France, Germany, The Netherlands and the United States, 1955–2005. *Journalism Practice*. 2015. Vol. 9. № 6. P. 829–852.
13. Zuckerman E.W., Kim T.Y. The Critical Trade-off: Identity Assignment and Box-Office Success in the Feature Film Industry. *Industrial and Corporate Change*. 2003. Vol. 12, № 1. P. 27–67.