

ИСКРЕННОСТЬ РЕЦИПИЕНТА В ОТВЕТ НА ЭКРАННЫЙ ТЕКСТ

RECIPIENT'S SINCERITY IN RESPONSE TO SCREENED TEXT

УДК: 81'23; 81'37; 81'42

DOI: 10.31249/chel/2024.02.04

Комалова Л.Р.^{1),2)}

ВОЗМОЖНА ЛИ ЭКСТЕРНАЛИЗАЦИЯ КИНООПЫТА ПОСРЕДСТВОМ КОММЕНТИРУЮЩЕГО ДИСКУРСА (НА ОСНОВЕ ОТЗЫВОВ И КВАЗИРЕЦЕНЗИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ САЙТОВ «АФИША» И «КИНОПОИСК»)?¹

- ¹⁾ *Институт научной информации по общественным наукам
Российской академии наук;*
- ²⁾ *Московский государственный лингвистический университет,
Россия, Москва, genuinepr@yandex.ru*

Аннотация. В статье описывается корпусное исследование, целью которого является определение диагностических возможностей дискурса о кино в отношении экстернализации киноопыта. При помощи средств дистрибутивной семантики, категоризации и кластеризации проводится анализ комментирующего дискурса о кино (72 отзыва / квазирецензии на русском языке, опубликованные пользователями платформ «Афиша» и «Кинопоиск» как отклик на просмотр кинофильма «Чего хотят женщины»). В ходе исследования было выявлено, что проанализированный комментирующий дискурс по семантике имитирует отзыв / рецензию

¹ Исследование выполнено в рамках государственного задания ФГБУН «Институт научной информации по общественным наукам РАН» по теме «Новейшие тенденции в развитии гуманитарной мысли России и Запада: философские течения, развитие культурологии и духовная жизнь общества в цифровую эпоху».

профессионального критика. В комментариях реципиентов преобладает описание сюжетной линии кинопродукта и характеристик съемочной группы, что свидетельствует о низком потенциале открытых, публичных многопользовательских платформ типа «Афиша» и «Кинопоиск» для экстернализации киноопыта (описание эффекта от просмотра и воздействия на эмоционально-психологическую сферу реципиента, его картину мира).

Ключевые слова: кинодискурс; дискурс о кино; киноопыт; комментирующий дискурс; экстернализация; кинорецензия; дистрибутивная семантика; категоризация и кластеризация; текстовый корпус; лексико-семантическое поле.

Поступила: 10.11.2023

Принята к печати: 25.01.2024

Komalova L.R.^{1),2)}

Is it possible to externalize filmic experience through commenting discourse (based on "Afisha" and "Kinopoisk" users' reviews)?¹

¹⁾ *Institute of Scientific Information for Social Sciences
of the Russian Academy of Sciences;*

²⁾ *Moscow State Linguistic University, Russia, Moscow, komalova@inion.ru*

Abstract. The paper describes corpus research based on 72 reviews in Russian, published by users of "Afisha" and "Kinopoisk" platforms as a response to watching the film "What women want". The aim of the research is to determine the diagnostic capabilities of film narration in relation to filmic experience externalization. We analyze commenting discourse about the movie using the means of distributional semantics, categorization and clustering. The main finding of the research is that the analyzed commenting discourse semantically imitates the review of a professional critic. Recipients' comments are represented mostly by descriptions of the storyline of the film and the characteristics of the film crew, which indicates the low potential of open, public multi-user platforms such as "Afisha" and "Kinopoisk" for externalizing the filmic experience – narratives about the effect of cinema viewing on the emotional and psychological sphere of the recipient, their worldview.

Keywords: cinematic discourse; film narration; filmic experience; commenting discourse; externalization; movie review; distributional semantics; categorization and clusterization; text corpus; lexico-semantic field.

Received: 10.11.2023

Accepted: 25.01.2024

¹ The research is carried out within the framework of the state assignment to the Federal State Budgetary Institution of Science "Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences", project "The latest trends in the development of humanitarian thought in Russia and the West: philosophical movements, the development of Cultural Studies and the spiritual life of society in the digital era".

Введение

Различные статистические службы¹ отмечают рост потребления киноконента, в частности в Российской Федерации (рис. 1). Примечательной тенденцией последнего десятилетия является активное потребление кинопродукции стриминговых платформ, которые стали развиваться с приходом на рынок «умного телевидения» (smart-tv), изменениями стандартов качества изображения, развитием онлайн-кинотеатров, сокращением времени между релизом и показом кинопродукта в онлайн-кинотеатре, развитием семантического поиска и рекомендательных сервисов. Одновременно с развитием технологий расширяются возможности публичного онлайн-реагирования на кинопродукт², предоставляя тем самым богатую почву для размышления о том, чем для реципиента выступает кинопродукт, какой отклик он продуцирует и можно ли считать опытом «взаимодействие» реципиента и кинопродукта.

Проводимое исследование осуществляется с опорой на рабочее предположение, что кинодискурс служит одной из возможных отражающих поверхностей для фиксации социальных предпочтений, представлений и установок, бытующих на уровне массовой культуры. При этом кинодискурс создает поведенческие шаблоны, которые оказывают сильное воздействие на поведение людей, т.к. «могут являться основой их собственного поведения и формировать представление о разных явлениях социальной реальности» [Blumer, 1933, цит. по: Зайцева, Жучков, 2019, с. 116].

¹ См., например:

Новое медиапотребление: из ТВ в Интернет. – 2019. – URL: <https://futurevideo.tass.ru/novoe-mediapotreblenie.html?ysclid=lr6dhxnmf704115388#> ;

Особенности потребления киноконента представителями реальной и потенциальной киноаудиторий. – 2014. – URL: <https://research.nevafilm.ru/public/research/Reports/Monitoring/cinemagoers2013.pdf> ;

Опубликован отчет по рынку онлайн-кинотеатров за второй квартал 2023 года. – 09.08.2023. – URL: https://www.kinometro.ru/news/show/name/tmt_2q_09082023 ;

Год без Disney и Netflix: как россияне смотрели кино в 2023 году. – 09.01.2024. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/09/01/2024/658d6bf89a79478f9f797159?ysclid=lr6c2xdpfb131363434

² Оценки фильмов и сериалом. – 10.03.2023. – URL: <https://yandex.ru/company/researches/2023/movie-rating?ysclid=lr6efqc3yh995720402>

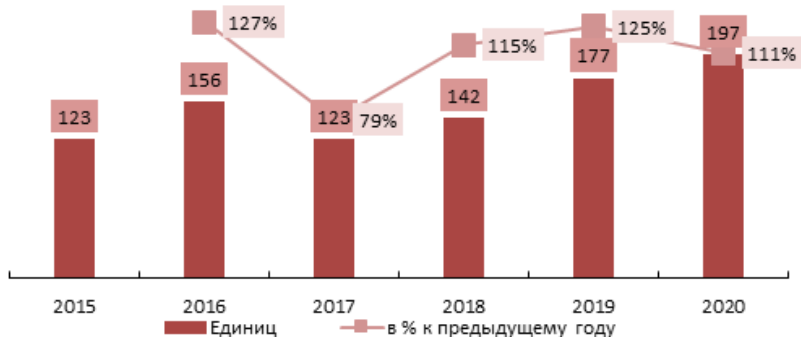


Рис. 1. Потребление на российском рынке кино
Источник: <https://marketing.rbc.ru/articles/12331/>

По мнению Н.Ф. Блюхер и С.Л. Огурцова, «искусство в миметической форме дает возможность человеку осмыслить и принять свое отношение к миру таким, каким он (мир) может быть. В силу ограниченности реальной жизни, человек, потребляя произведения искусства, в превращенной форме удваивает или даже утраивает свою жизнь, оказываясь в тех ситуациях, в которых никогда в реальности оказаться бы и не смог <...> При этом, так как переживания человека даны ему непосредственно в ощущениях, эстетическая форма, хотя и не отождествляется с реальной жизнью, тем не менее неотделима от этой реальности и в иных случаях может стать “единственной ценной” реальностью в переживании прожитого» [Блюхер, Огурцов, 2014, с. 273]. По нашему мнению, дискурс¹ о кино в виде множественного комментирования является наглядным материалом для исследования отношений человека с внешним миром, с другими людьми и саморефлексии по поводу собственного Я.

¹ Дискурс – характеристика особой ментальности и идеологии, которые выражены в тексте, обладающем связностью и целостностью и погруженном в жизнь, в социокультурный, социально-психологический и др. контексты [Гугнер, Огурцов, 2001].

Актуальность исследования обосновывается включенностью кинодискурса в массовую культуру¹ и расширяющимся полем возможностей для продуцента речи рассказать о своих впечатлениях и мыслях, актуализированных кинопродуктом, в частности, на различных публичных коммуникативных интернет-площадках, создавая тем самым дискурс о кино.

Что есть киноопыт?

Работа с толковыми словарями позволяет выявить основной результат опыта – получение знания о мире, о Другом, о себе. Так, опыт – это основанное на практике чувственно-эмпирическое познание действительности, единство знаний и умений, навыков [Панов]; это эмпирическое познание действительности; единство знаний и умений [Большой энциклопедический словарь]; это такое знание, которое непосредственно дано сознанию субъекта и сопровождается чувством прямого контакта с познаваемой реальностью, будет ли это реальность внешних субъекту предметов и ситуаций (восприятие) или же реальность состояний самого сознания (представления, воспоминания, переживания и т.д.); большинство философов сближали опыт с чувственным знанием [Лекторский, 2009].

«Очевидно, что с 1990-х годов ... кино, или скорее, “фильм” вошел в совершенно иное пространство рефлексивности и концептуализации» [Эльзессер, Хагенер, 2016, с. 380]. По мнению Т. Эльзессера и М. Хагенера, «кино стоит на перекрестке эпистемологического сдвига, связанного с тем, как люди понимают и проживают свое бытие в мире и как они друг с другом взаимодействуют» [там же]. Работы на тему переживаемого опыта в ответ на кинопродукт тяготеют к анализу особенностей восприятия кинопроизведения на заре кинематографа (например, эстетики немого кино, психоанализа кинопроизведения). В этом пласте кинемато-

¹ Отличительными чертами массового кино являются ясность, прямолинейность риторики, прозрачность акцентов «свой» – «чужой» [Тяжлов, 2016, с. 132]. Массовое кино проникнуто пафосом позитивного действия, ориентировано на простую прагматику, говорит простым языком, консервативное по форме, общедоступное, с простыми и занимательными сюжетами, в той или иной степени построенное по формуле с использованием архетипов [Сидорова, 2022, с. 270].

графический опыт соотносится с эстетическим опытом, т.е. опытом переживания, но не является им в полной мере. Современный массовый кинематограф удовлетворяет эстетическое стремление на правах «в том числе». «Современный реципиент <...> потребляет кинопродукцию взхлёб, иногда без разбору, иногда фоном, иногда специально, иногда вынужденно – “мир подсел на иглу кинематографа”» [Секацкий, 2010].

Можно ли рассматривать киноопыт в ракурсе, предложенном Т. Эльзессером и М. Хагенером, как «взаимодействие кинематографического тела с телом зрительским» [Эльзессер, Хагенер, 2016, с. 342]? А. Секацкий дает положительный ответ на этот вопрос: «Мы можем *десантировать* себя в жизнь, происходящую на экране, и, одновременно, предъявлять эту жизнь проживанию. Быть может, это оказывается более значимым и более ярким чудом – чудом множественности идентификаций. И мы понимаем, что на самом деле приключения обычного кинозрителя – нечто более удивительное и фантазмагорическое, чем приключения любого киногероя» [Секацкий, 2010].

Но происходит ли отождествление с воображаемым (осуществляется ли идентификация, интроекция и проекция), предъявляемым в кинопроизведении? А.В. Павлов в этом сомневается: «Мы <...> всегда можем отыскать [в фильме] репрезентацию тех или иных персонажей. И то, как репрезентируется персонаж, является в определенной степени социальным элементом. Другое дело, что этим могут заниматься критики, политологи и культурологи, но для зрителя это может быть не столь важно. И если зритель идет в кино за развлечением, то он не стремится погружаться в глубокие размышления» [Старусева-Першеева, 2016, с. 147–148].

По мнению Х. Мюнстенбергера, киноопыт есть уникальное переживание, которое, удерживая реципиента одновременно в реальности и в воображаемом мире, приводит разум человека в своеобразное «сложное состояние» (*complex state*) [Münsterberg, 1916, p. 24; цит. по: Тап, 2018, p. 2]. Мы предполагаем, что это состояние требует овнешнения, экстернализации в личностном нарративе, перевода из внутренне переживаемого и неотчуждаемого в объектное, в наблюдаемое извне и в контексте цифровой трансформации в то, чем можно публично «поделиться».

Обозначение комментирующего дискурса

В силу того, что массовая кинопродукция провоцирует множественные отклики в виде квазирецензий¹ и отзывов о кинопродукте, «комментирующий дискурс является преимущественно маркером субъективной модальности, так как в большинстве случаев по закону экономии языковых средств констатация факта не требует дополнительного подтверждения и использования дополнительных формул» [Макурова, 2009]. При этом в условиях публичности «посредством комментирующего дискурса реализуется функция двойного субъективизма» [Quirk, Greenbaum, 1973]. В этом смысле коммуникабельность (способность коммуницировать по поводу различных аспектов жизнедеятельности) как личностный навык реципиентов в сочетании с техническими возможностями ее реализации является ключевым фактором при принятии решения о просмотре фильма. «Благодаря специальным сайтам, блогерам и социальным сетям совместная рецепция становится нормой, даже когда люди смотрят кино дома перед экраном компьютера или домашнего кинотеатра в одиночестве, изолировав себя от окружающих. Комментарии, отзывы и рецензии мобилизовали зрителей <...>; любитель становится арбитром вкуса за счет профессионального критика...» [Эльзессер, Хагенер, 2016, с. 365–366].

Методика исследования

В описываемом исследовании объектом выступает комментирующий дискурс как субъективная текстовая интерпретация коллективным реципиентом некоего объекта во всех его проявлениях. Предметом исследования являются текстовые материалы (отзывы / квазирецензии на русском языке), размещенные на сайтах «Афиша»² и «Кинопоиск»³. Эти сайты можно рассматривать как репрезентативные мультимодальные корпуса, предоставляющие большой объем структурированных данных.

¹ Рецензий непрофессиональных критиков.

² <https://www.afisha.ru/>

³ <https://www.kinopoisk.ru/>

Единицей корпуса на сайте «Афиша» является отзыв – текст неограниченного объема, написанный в свободной форме. Элементами аннотации отзыва выступают: аватар автора отзыва (изображение и номинация); его характеристика в виде указания на количество опубликованных им отзывов, количество данных им оценок; его места в общем рейтинге на сайте; оценка фильма, данная автором отзыва (в виде эмодзи, эквивалентного балльной оценке от 1 до 10); количество данных отзыву оценок (+ / –); дата публикации отзыва.

Таблица 1.

Проанализированный текстовый массив

Название на русском языке / на языке оригинала (тип)	Год выхода в прокат	Страна-производитель	Кол-во отзывов / квазирецензий	Гиперссылка на отзыв / рецензию
1. Дневник памяти / The notebook (кинофильм)	2004	США	58	https://www.afisha.ru/movie/173392/
2. Чего хотят женщины / What women want (кинофильм)	2000	США	64 8	https://www.kinopoisk.ru/film/880/reviews/ https://www.afisha.ru/movie/167402/
3. Здесь курят / Thank you for smoking (кинофильм)	2005	США	83 22	https://www.kinopoisk.ru/film/87477/reviews/ https://www.afisha.ru/movie/177027/
4. Обещать – не значит жениться / He's just not that into you (кинофильм)	2009	США, Германия, Нидерланды	91	https://www.afisha.ru/movie/191851/
5. Идеальные незнакомцы / Perfetti sconosciuti (кинофильм)	2016	Италия	117	https://www.afisha.ru/movie/228982/
6. Джентльмены / The Gentlemen (кинофильм)	2019	США, Великобритания	187	https://www.afisha.ru/movie/257697/
7. Клаус / Klaus (мультфильм)	2019	Испания, Великобритания	57	https://www.kinopoisk.ru/film/957887/reviews/
8. Душа / Soul (мультфильм)	2020	США	146	https://www.afisha.ru/movie/257445/reviews/

Единицей корпуса на сайте «Кинопоиск» является рецензия. В аннотации рецензии на этом сайте указаны: аватар автора рецензии (изображение и номинация); его характеристика в виде ссылок на опубликованные им рецензии, данные им оценки; друзья (свя-

занные пользователи сайта); оценка фильма, данная автором отзыва (положительная / отрицательная); дата публикации рецензии; поле для комментирования текста рецензии; форма обратной связи (пожаловаться на спойлер, оценить, полезная ли рецензия (да / нет)).

В целях исследования нами были проанализированы отзывы / квазирецензии применительно к шести полнометражным кинофильмам и двум анимационным фильмам, выпущенным с 2000 по 2020 г. в США, Италии, Великобритании, Испании (все кинопродукты в России вышли в прокат в переводе на русский язык). Общий объем проанализированной выборки составил 833 единицы (табл. 1).

Цель исследования состояла в подтверждении киноопыта реципиентов (авторов отзывов / квазирецензий) в дискурсе о кино.

Наши ожидания на основе описания концепта «киноопыт» в искусствоведческой и психологической литературе¹ предполагали наличие в отзывах / квазирецензиях:

- вербального описания личного чувственного переживания «взаимодействия» с кинопродуктом;
- вербального описания идентичности реципиента, находящей отклик в кинопродукте;
- вербального описания проекции текущей жизненной ситуации реципиента на события в кинопродукте.

Гипотеза исследования состояла в предположении о том, что в отзывах / квазирецензиях будет преобладать описание сюжетной линии кинопродукта и характеристик съемочной группы.

В ходе исследования применялись методы корпусной лингвистики, дистрибутивной семантики. Исследовательская процедура состояла из следующих шагов:

- сбор отзывов / квазирецензий в авторской редакции с сохранением метаданных;
- лемматизация словоформ и построение частотного списка лексем;
- объединение лексем в семантические категории;
- контекстуальный анализ словоупотребления каждой лексемы, вошедшей в каждую категорию;
- кластеризация семантических категорий;

¹ См., например: [Куртов, 2012; Метц, 2013; Эльзессер, Хагенер, 2016].

- ранжирование семантических категорий;
- ранжирование семантических кластеров.

Результаты анализа комментирующего дискурса как отклика на просмотр кинофильма «Что хотят женщины»

В совокупности из двух ресурсов («Афиша» и «Кинопоиск») было собрано 72 отзыва / квазирецензии. Тексты сводились в таблицу в формате word (массив состоит из 147 423 знаков с пробелами, что составляет 22 878 словоформ, из них 6 821 уникальное слово). Примеры отзывов / квазирецензий с указанных сайтов представлены в табл. 2.

Таблица 2.

Примеры отзывов / квазирецензий (тексты представлены в авторской редакции)

Ник пользователя	Биологический пол пользователя	Дата публикации	Текст отзыва / квазирецензии
Экзальтированная	ж	21 ноября 2006	На мой взгляд, 'Что хотят женщины' - один из лучших фильмов о том, как мужчина учится понимать женщин. Герою не приходится перевоплощаться (как, например, в замечательном фильме Тутси). Он обретает способность слышать мысли. Единственное - люди, в основном всегда, думают не цельными выстроенными фразами. Это чуть позже мыслям находится словесный эквивалент... Впрочем, не стоит придирааться по пустякам. Отличный, легкий фильм. 9 из 10
D. Samorodkin	м	18 января 2008	Не соглашусь с рецензией журнала. Мел Гибсон здесь просто супер, отличный актер, на мой взгляд лучший его фильм! Играет он не совсем себя, но такой сценарий! Веселенький фильм получился!
tasseka	ж	27 марта 2011	Она перестала спать. Она одинока. Она пытается понять, в чем идея макета, который уже приклеен на борд. У нее всего один вариант сториборда. Креативный директор не может подобрать ей пару. Она надирается вискарем после презы... добро пожаловать в BBDO New York!))) Милое кино и деревянный Мэл Гибсон не помеха.
Светик	ж	11 июля 2011	Отличное кино...только ,мне кажется, этот фильм крутят по ТВ ну очень часто! Кто не видел, обязательно посмотрите!

Далее для унификации понятий будем использовать номинацию «комментарии», подразумевая под ней отзывы / квазирецензии, данные пользователями сайтов «Афиша» / «Кинопоиск». Формальный анализ показал, что комментарии к фильму дали 26 женщин и 46 мужчин. Комментарии опубликованы в период с 21 ноября 2006 г. по 12 мая 2022 г. Частотное распределение лемм с частотой не менее 0,00044 (не менее 10 упоминаний в анализируемом массиве) представлено в табл. 3.

Таблица 3.

Частотное распределение лемм

Лемма	Количество в абсолютных единицах	Лемма	Количество в абсолютных единицах
женщина	437	понравиться	16
фильм	319	почему	16
мужчина	199	смочь	16
хотеть	175	большой	15
ник	170	вещь	15
гибсон	118	два	15
мысль	105	итог	15
женский	104	легкий	15
мел	100	перед	15
один	92	подобный	15
понимать	91	пора	15
герой	74	практически	15
картина	68	решать	15
главный	66	совершенно	15
хороший	63	ум	15
думать	59	чуть	15
комедия	59	юмор	15
знать	58	являться	15

*Возможна ли экстернализация киноопыта посредством
комментирующего дискурса (на основе отзывов и квазирецензий...)*

Лемма	Количество в абсолютных единицах	Лемма	Количество в абсолютных единицах
просто	56	главное	14
роль	55	жить	14
майерс	53	ни	14
актер	50	оказываться	14
маршалл	49	открывать	14
хелен	49	пересматривать	14
посмотреть	47	понимание	14
вопрос	45	простой	14
дарси	45	работать	14
хант	45	сценарий	14
жизнь	44	успешный	14
смотреть	44	часто	14
человек	44	взаимоотношение	13
мир	43	идти	13
нэнси	43	казаться	13
показывать	42	мелодрама	13
получать	42	никогда	13
читать	41	никто	13
сюжет	40	об	13
время	39	очаровательный	13
сам	39	прекрасно	13
становиться	39	приятный	13
год	38	пытаться	13
многий	38	ситуация	13
говорить	37	слишком	13
раз	37	сложный	13
любить	36	сцена	13

Лемма	Количество в абсолютных единицах	Лемма	Количество в абсолютных единицах
работа	36	таки	13
режиссер	36	удаваться	13
кино	34	успех	13
прекрасный	34	хотеться	13
способность	34	актерский	12
момент	33	аудитория	12
сказать	33	дама	12
видеть	32	делать	12
друг	32	использовать	12
душа	32	карьера	12
хорошо	32	лента	12
дар	31	красивый	12
любовь	30	макгауэр	12
просмотр	30	наконец	12
снимать	30	научаться	12
настоящий	29	несколько	12
история	28	обаятельный	12
дочь	27	отец	12
именно	27	персонаж	12
отличный	27	проблема	12
стоять	27	рука	12
начинать	26	сделать	12
девушка	25	сильный	12
интересный	25	часть	12
находить	25	экран	12
образ	25	агентство	11
ответ	25	весьма	11

*Возможна ли экстернализация киноопыта посредством
комментирующего дискурса (на основе отзывов и квазирецензий...)*

Лемма	Количество в абсолютных единицах	Лемма	Количество в абсолютных единицах
отношение	25	влюбляться	11
слышать	25	вообще	11
взгляд	24	вроде	11
новый	24	выходить	11
первый	24	глаз	11
уметь	24	далеко	11
дело	23	деньги	11
желание	23	должность	11
зритель	23	единственный	11
место	23	ждать	11
должный	22	занимать	11
конечно	22	исполнение	11
случай	22	компания	11
считать	22	легко	11
узнавать	22	например	11
чувство	22	невозможно	11
день	21	нельзя	11
любимый	21	несчастный	11
мужской	21	оставаться	11
немного	21	приходить	11
теперь	21	приятно	11
жанр	20	сейчас	11
некоторый	20	сложно	11
приходиться	20	смотреться	11
рекламный	20	сразу	11
уж	20	счастливый	11
хоть	20	ток	11

Лемма	Количество в абсолютных единицах	Лемма	Количество в абсолютных единицах
игра	19	удовольствие	11
идея	19	умный	11
лишь	19	внимание	10
милый	19	гениальный	10
мужик	19	загадка	10
нравиться	19	замечательный	10
голова	18	замечать	10
довольно	18	иногда	10
играть	18	колготки	10
музыка	18	ловелас	10
наверное	18	мера	10
романтический	18	настолько	10
слово	18	начало	10
совсем	18	начальница	10
способный	18	оставлять	10
сторона	18	отмечать	10
великолепный	17	положительный	10
полный	17	помогать	10
происходить	17	постепенно	10
сыграть	17	представлять	10
точно	17	протяжение	10
данный	16	разный	10
добрый	16	сила	10
конец	16	судьба	10
несмотря	16	увидеть	10
получаться	16	эмоция	10

Для уточнения значений, в которых представлены частотные леммы, для каждой частотной леммы мы проверили контексты употребления по тексту комментариев и уточнили частотность каждой леммы, сгруппировав их по семантическому признаку по полювому принципу (табл. 4). Выявленные семантические категории были сгруппированы в семантические кластеры (табл. 4).

Таблица 4.

Лексико-семантические поля частотных лексем

Семантические категории	Частотные лексемы (количество в абсолютных единицах)
Концептуализация романтических взаимоотношений между мужчиной и женщиной	Женщина (437), мужчина (199), человек (44), вещь (15), душа (32), желание (23), жизнь (44), мир (43), половина (10), понимание (11), проблема (12), счастливый (11), чувства (15) Всего: 896
Семантический кластер «Съемочная группа и аудитория кинофильма»	
Имена актеров , исполняющих главные роли	Мел (100), Гибсон (118), Хелен (49), Хант (45) Всего: 312
Имена, обозначение и характери- стика функциональных ролей членов съемочной группы , а также аудитории кинофильма	Актер (50), актриса (9), актерский (12), Нэнси (43), Майерс (53), режиссер (36), аудитория (12), зритель (23), зрительница (1), образ (22) Всего: 261
Семантический кластер «Сюжетное описание кинофильма»	
Имена , номинации и характеристика главных героев	Герой (74), героиня (7), персонаж (12), главный (62), Ник (170), Маршалл (49), Дарси (45), Макгауэр (12), мужик (15), ловелас (10), умный (11), настоящий (10) Всего: 477
Обозначение функциональных ролей персонажей	Начальница (10), начальник (4), начальство (2), отец (12), друг (32), дочь (27), девушка (25) Всего: 112
Указания на среду , в которой разворачиваются события кино- фильма	Рекламный (20), компания (11), агентство (11), работать (14), работа (36), деньги (11), карьера (12), должность (11), место (10) Всего: 136
Обозначение событий , происходящих с главными героями	Любить (36), любовь (30), влюбляться (11), влюбленный (2), влюбленность (1), ток (11), колготки (10), музыка (18), момент (33), дар (31), судьба (10), взаимоотношения (11), время (14), мысли (105), отношения (18), случай (12), способность (34) Всего: 387

Семантический кластер «Аналитически-оценочная часть отзыва / квазирецензии»	
Аналитика содержания кинофильма	Видеть (32), вопрос (45), ответ (25) Всего: 102
Номинация жанра кинофильма	Комедия (59), мелодрама (13), романтический (18), юмор (15), история (28), легкий (15) Всего: 148
Обозначение объекта отзыва / рецензии	Фильм (319), сюжет (40), снимать (30), сценарий (14), роль (55), просмотр (30), кино (34), кинокартина (1), лента (12), кинолента (1), картина (68), жанр (20), сцена (13), год (38), игра (19), исполнение (11) Всего: 705
Оценка кинофильма в пользовательских параметрах	Пересматривать (14), великолепный (15), гениальный (10), милый (13), интересный (25), хороший (30), добрый (12), замечательный (10), любимый (13), нравится (10), отличный (20) Всего: 172
Описание эффекта от просмотра кинофильма	Эмоции (10), удовольствие (11), время (15) Всего: 36

Далее мы провели ранжирование выявленных семантических категорий (табл. 5) и семантических кластеров (табл. 6).

Таблица 5.

Ранжирование семантических категорий

Семантические категории	Доля в массиве текстов
Концептуализация романтических взаимоотношений между мужчиной и женщиной	0,03916
Обозначение объекта отзыва / рецензии	0,03082
Имена, номинации и характеристика главных героев	0,02085
Обозначение событий , происходящих с главными героями	0,01692
Имена актеров , исполняющих главные роли	0,01364
Имена, обозначение и характеристика функциональных ролей членов съёмочной группы , а также аудитории кинофильма	0,01141
Оценка кинофильма в пользовательских параметрах	0,00752
Номинация жанра кинофильма	0,00647
Указания на среду , в которой разворачиваются события кинофильма	0,00594
Обозначение функциональных ролей персонажей	0,00490
Аналитика содержания кинофильма	0,00446
Описание эффекта от просмотра кинофильма	0,00157

Таблица 6.

Ранжирование семантических кластеров

Семантические кластеры	Доля в массиве текстов
Аналитически-оценочная часть отзыва / рецензии	0,05038
Сюжетное описание кинофильма	0,04861
Концептуализация романтических взаимоотношений между мужчиной и женщиной	0,03916
Съемочная группа и аудитория кинофильма	0,02505

Обобщая полученные результаты, можно резюмировать, что:

- в комментариях преобладает описание сюжетной линии и съемочной группы кинопродукта (в совокупности доля составляет 0,07366);
- в комментариях происходит концептуализация представления о романтических отношениях между мужчиной и женщиной (0,03916), что соответствует тематике описываемого кинопродукта;
- несмотря на то, что значительная доля (0,05038) проанализированных лексем характеризует комментарии как аналитико-оценочный жанр, в них представлена незначительная доля (в совокупности 0,00909) лексем, указывающих на индивидуальный киноопыт реципиентов (а именно: описание эффекта от просмотра и пользовательская оценка кинопроизведения).

Заключение

Таким образом, можно заключить, что проанализированный комментирующий дискурс по семантике (и, предположительно, по прагматике) имитирует отзыв / рецензию профессионального критика¹, однако пользователи ресурсов www.afisha.ru и www.kinopoisk.ru останавливаются на описательной части отзыва / рецензии, в редких случаях переходя к аналитической работе. Следовательно, на проанализированном материале выдвинута гипотеза о том, что в комментариях реципиентов будет преобла-

¹ См., например: [Шильникова, 2017; Загвоздкина, 2023].

дать описание сюжетной линии кинопродукта и характеристик съемочной группы, подтвердилась. Иными словами, можно свидетельствовать о низком потенциале открытых, публичных многопользовательских платформ типа «Афиша» и «Кинопоиск» для экстернализации киноопыта. Вероятно, это подтверждает предположение о структурной заданности формата комментирования (подстраивание под образ рецензии как критического жанра), а также об эффекте прайминга в связи с наличием на данных платформах множества в целом однообразных образцов отзывов / квазирецензий, которые задают определенный паттерн комментирования.

Список литературы

- Блюхер Н.Ф., Огурцов С.Л.* Интенциональный дискурс-анализ идеологии // Методология науки и дискурс-анализ. – Москва : Институт философии РАН, 2014. – С. 268–284.
- Гутнер Г.Б., Огурцов А.П.* Дискурс // Новая философская энциклопедия : в 4 т. – Москва : Мысль, 2000–2001. – URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/337%D0%94%D0%98%D0%A1%D0%9A%D0%A3%D0%A0%D0%A1
- Загвоздкина Е.Г.* Кинокритика // Большая российская энциклопедия. – 2023. – URL: <https://bigenc.ru/c/kinokritika-f1292c?ysclid=lrdo2aotsu638577189>
- Зайцева О.А., Жучков В.В.* Социальные практики кинопотребления молодежи // Вестник науки и образования. – 2019. – № 11–1 (65). – С. 115–118. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38228997>
- Куртов М.А.* Между скукой и грезой. Аналитика киноопыта. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 2012. – 158 с.
- Лекторский В.А.* Опыт // Энциклопедия эпистемологии и философии науки / сост. И.Т. Касавин. – Москва : Институт философии РАН, 2009. – URL: <http://philosophy.niv.ru/doc/encyclopedia/epistemology/articles/707/opyt.htm>
- Макерова С.Р.* Комментирующий дискурс в процессе когниции // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2009. – № 2. – С. 155–158. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12567225>
- Метц К.* Воображаемое означающее. Психоанализ и кино / пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной ; науч. ред. А. Черноглазов. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. – 334 с.
- Панов В.Г.* Опыт // Большая советская энциклопедия. – URL: <https://gufo.me/dict/bse/%D0%9E%D0%BF%D1%8B%D1%82>
- Секацкий А.* Презентация «Воображаемого означающего». – 2010. – URL: <https://seance.ru/articles/imaginary-signifier/>
- Сидорова Г.П.* Диалог элитарной и массовой культур в массовом киноискусстве и индивидуальном гендерном измерении зрителя // Вестник культурологии. – 2022. –

- № 3 (14). – С. 256–274. – URL: https://culturology-journal.ru/files/2022_Вестник_культурологии_3_14.pdf
- Старусева-Першеева А.Д.* Кино как средство массовой коммуникации. Интервью с А. Павловым // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2016. – № 1. – С. 146–150. – URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/e4liavvlj/direct/200954953.pdf?ysclid=lr6kjqeg98290318598>
- Тяжлов Я.И.* Базовые риторические комплексы массового кинематографа // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2016. – № 7(228). – Вып. 29. – С. 127–140. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25846320>
- Шильникова О.Г.* Рецензия как жанр литературной критики: генезис, формирование структурно-функциональных параметров // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. – 2017. – № 1(16). – С. 55–67. – URL: <https://lcj.jvolsu.com/index.php/ru/archive-ru/65-2017-1/187-retsenziya-kak-zhanr-literaturnoj-kritiki-genezis-formirovanie-strukturno-funktsionalnykh-parametrov>
- Эльзессер Т., Хагенер М.* Теория кино. Глаз, эмоции, тело / пер. с англ. С. Афонин. – Санкт-Петербург : Сеанс, 2016. – 439 с.
- Blumer H.* Movies and conduct. – New York : Macmillan & Company, 1933. – 284 p. – URL: <https://archive.org/details/moviesandconduct00blumrich/mode/2up>
- Münsterberg H.* The photoplay: a psychological study. – New York ; London : Appleton, 1916. – URL: <https://www.gutenberg.org/files/15383/15383-h/15383-h.htm#chapter10>
- Quirk R., Greenbaum S.* A concise grammar of contemporary English. – New York, 1973. – 504 p.
- Tan E.S.* A psychology of the film // Palgrave Communications. – 2018. – Vol. 4 (82). – P. 1–20. DOI: 10.1057/s41599-018-0111-y. – URL: <https://www.nature.com/articles/s41599-018-0111-y.pdf>

References

- Blucher, F.N., Ogurtsov, S.L. (2014). Intentional discourse analysis of ideology [Intentionalnyy diskurs-analiz ideologii]. In *Methodology of science and discourse analysis* [Metodologiya nauki i diskurs-analis] (pp. 268–284). Moscow: Institute of philosophy of the Russian academy of sciences.
- Gutner, G.B., Ogurtsov, S.L. (2000–2001). Discourse [Diskurs]. In *New philosophical encyclopedia* [Novaya filosofskaya entsiklopediya]. Moscow: Mysl. Retrieved from: https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/337/%D0%94%D0%98%D0%A1%D0%9A%D0%A3%D0%A0%D0%A1
- Zagvozdikina, E.G. (2023). Cinematic critics [Kinokritika]. In *Great Russian encyclopedia* [Bolshaya rossijskaya entsiklopediya]. Retrieved from: <https://bigenc.ru/c/kinokritika-f1292c?ysclid=lrdo2aotsu638577189>
- Zaytseva, O.A., Zhuchkov, V.V. (2019). Social practices of cinema consumption of Moscow young people. *Herald of Science and Education*, 11–1(65), 115–118. Retrieved from: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38228997>

- Kurtov, M.A. (2012). *Between boredom and daydream. The analytics of the cinematic experience*. Saint-Petersburg: Saint-Petersburg Philosophic Society.
- Lektorsky, V.A. (2009). Experience [Opyt]. In: *Encyclopedia of epistemology and philosophy of science* [Entsiklopediya epistemologii i filosofii nauki]. Moscow: Institute of philosophy of the Russian academy of sciences. Retrieved from: <http://philosophy.niv.ru/doc/encyclopedia/epistemology/articles/707/opyt.htm>
- Makerova, S.R. (2009). Commenting discourse in the process of cognition. *The Bulletin of Adyge State University. Series 2: Philology and Art Science*, 2, 155–158. Retrieved from: <https://elibrary.ru/item.asp?id=12567225>
- Metz, C. (2013). *Le Signifiant Imaginaire. Psychanalyse et Cinéma* [Voobrazhaemoe oznachayushchee. Psikhhoanaliz i kino]. 2nd ed. Saint-Petersburg: European University in Saint-Petersburg.
- Panov, V.G. Experience [Opyt]. In *Great Soviet encyclopedia*. Retrieved from: <https://gufo.me/dict/bse/%D0%9E%D0%BF%D1%8B%D1%82>
- Sekatsky, A.K. (2010). Presentation of “Le Signifiant Imaginaire” [Prezentatsiya “Voobrazhaemogo oznachayushchego”]. Retrieved from: <https://seance.ru/articles/imaginary-signifier/>
- Sidorova, G.P. (2022). Dialogue between elite and mass cultures in mass cinematography and in the individual gender dimension of the viewer. *Herald of Culturology*, 3(14), 256–274. Retrieved from: https://culturology-journal.ru/files/2022_Вестник_культурологии_3_14.pdf
- Staruseva-Persheeva, A.D. (2016). Cinema as a means of mass communication. Interview with A.V. Pavlov [Kino kak sredstvo massovoj kommunikatsii. Intervyu s A.V. Pavlovym]. *Communications. Media. Design*, 1, 146–150. Retrieved from: https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/e41iavvllj/direct/200954953.pdf?y_scid=lr6kjqeg98290318598
- Tyazhlov, Y.I. (2016). Basic rhetorical complexes of mass cinema. *Belgorod State University Scientific Bulletin. Series: Humanities*, 7(228–29), 127–140. Retrieved from: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25846320>
- Shilnikova, O.G. (2017). The review as a genre of literary criticism: the genesis, formation of structural-functional parameters. *Science Journal of VolSU. Literary Criticism. Journalism*, 1(16), 55–67. Retrieved from: <https://lcvj.volsu.com/index.php/ru/archive-ru/65-2017-1/187-retsenziya-kak-zhanr-literaturnoj-kritiki-genezis-formirovanie-strukturno-funktsionalnykh-parametrov>
- Elsaesser, T., Hagener, M. (2016). *Film theory. An introduction. Through the senses*. Saint-Petersburg: Seans.
- Blumer, H. (1933). *Movies and conduct*. New York: Macmillan & Company. Retrieved from: <https://archive.org/details/moviesandconduct00blumrich/mode/2up>
- Münsterberg, H. (1916). *The photoplay: a psychological study*. New York, London: Appleton. Retrieved from: <https://www.gutenberg.org/files/15383/15383-h/15383-h.htm#chapter10>
- Quirk, R., Greenbaum, S. (1973). *A concise grammar of contemporary English*. New York.
- Tan, E.S. (2018). A psychology of the film. *Palgrave Communications*, 4(82), 1–20. DOI: 10.1057/s41599-018-0111-y. Retrieved from: <https://www.nature.com/articles/s41599-018-0111-y.pdf>

Об авторе

Комалова Лилия Ряшитовна – доктор филологических наук, доцент, руководитель и ведущий научный сотрудник Центра эмерджентных практик ИНИОН РАН, профессор кафедры прикладной и экспериментальной лингвистики МГЛУ, Россия, Москва, komalova@inion.ru

About the author

Komalova Liliya Ryashitovna – Doctor Habil. (Linguistics), Associate Professor, Head and Leading Research Fellow of the Centre of Emerging Practices, Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences, Professor at the Department of Applied and Experimental Linguistics, Moscow State Linguistic University, Russia, Moscow, komalova@inion.ru