

А.А. Пронин

Санкт-Петербургский государственный университет

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ КОНВЕНЦИЯ В БИОГРАФИЧЕСКОЙ ТЕЛЕДОКУМЕНТАЛИСТИКЕ

В статье анализируются прагматические аспекты производства документальных телебиографий и причины их популярности у современной аудитории. Автор приходит к выводу, что в «коммуникативном сообществе» создателей фильмов и их зрителей существует своего рода прагматическая конвенция, негласно заключенная между ними и реализуемая имплицитно в процессе телевизионного общения, контролируемого политической элитой.

Ключевые слова: документальный фильм, биография, прагматика, нарратив, автор, зритель.

The paper analyzes the pragmatic aspects of the production of the documentary celebrity and the reasons of their popularity among modern audience. The author comes to the conclusion that the «communicative community» of filmmakers and their audiences there is a sort of pragmatic Convention, tacitly concluded between them and which is realized implicitly in the process of television communication is controlled by the political elite.

Keywords: documentary, biography, pragmatics, narrative, author, audience

ДОКУМЕНТАЛЬНЫЕ биографические телефильмы являются неотъемлемой частью вещания не только каналов ВГТРК, особенно «Культуры», но и многих других: от универсального «Первого» до специализированных «24ДОС», «365», «История» и т.д. Производство и «потребление» данного вида телепродукции давно стало особой практикой современной аудиовизуальной культуры, культуры массовой, распространенной широко и глубоко. Для понимания ее функционального значения не обойтись без рассмотрения того, что принято называть прагматикой явления.

Как известно, старый кантовский термин в современных гуманитарных науках приобрел множество толкований, а благодаря Ч. Пирсу, его единомышленникам и последователям «прагматизм» приобрел «статус универсальной философской доктрины» [1. С. 194]. С одной стороны, прагматику, по широко известной формулировке Т. Ван Дейка, можно определить как «дисциплину, предметом которой является связный достаточно длинный текст в его динамике — дискурс, соотнесенный с главным субъектом, с «эго» всего текста, с творящим текст человеком» [2. С. 332]. В нашем случае столь общее определение позволяет заострить внимание не только на творческой стороне создания фильма

как аудиовизуального текста, но и актуализировать многие, порой неожиданные аспекты означенного «соотнесения».

Вместе с тем, здесь оказывается совершенно не затронутой другая сторона прагматики — то, как использует данный текст другая сторона коммуникативной связи: реципиент, то есть зритель. Слово «использование», на наш взгляд, очень точно передает динамические отношения вообще, и в данном случае мы с полным правом можем актуализировать заложенное в его семантике двуединство: текст используется его творцом, но он же используется и кем-то еще. Как подчеркивал Н. Луман: «Коммуникация возникает лишь тогда, когда кто-то видит, слышит, читает и постольку понимает, что здесь могла бы последовать дальнейшая коммуникация» [3. С. 12]. Поэтому для создания второй опоры в наших рассуждениях мы прибегнем к авторитетному мнению профессора СПбГУ С.Б. Адоньевой, которая в монографии «Прагматика фольклора» определила ее как «изучение фольклорных форм в аспекте их практического использования (курсив мой — А.П.), того, каким образом это использование происходит» [4. С. 23].

Несомненно, есть огромная разница между тем, как «работает» фольклор в жизни его носителей (они же — сотворцы этих текстов) и телевизионные биографии в жизни телезрителей (более или менее пассивных реципиентов экранных текстов), однако это не мешает нам задаться тремя вопросами, ответы на которые смогут продемонстрировать означенную двоякость «использования» таких текстов: а) Для чего такие фильмы создаются?; б) Почему их смотрят?; в) Что «человек телесмотрящий» делает с воспринятыми образами, смыслами, идеями, высказываниями? Не претендуя на полноту ответов, требующей масштабного изучения проблемы методами статистики, мы попытаемся лишь логическим путем обозначить ее грани, определить наиболее очевидные прагматические аспекты «биографического сегмента» телекоммуникации.

Начнем с первого из поставленных вопросов: «Для чего делаются документальные биографические телефильмы?». В практической социологии существует метод сторителлинга («рассказывание поучительных историй», в том числе и биографий, в груп-

пе), который впервые был применен Д. Армстронгом для бизнес-тренингов, но затем стал использоваться для формирования, подъема и поддержания идентичности любого сообщества: деревни, школы, профессионально-цехового объединения и т.д. Однако капитализация национальных символических ресурсов требует иных масштабов «рассказывания», иной наглядности и доступности нарративов, и в этом случае ничто на данный момент не может заменить телевидение — только оно может обеспечить «тотальный» сторителлинг. При этом, согласно известному и разделяемому нами утверждению Ж. Бодрийера, телевидение это «соблазн», «холодный» инструмент политического контроля, и в этом смысле биографические фильмы, как и вся «рассказывающая поучительные истории» теледокументалистика, «работают» на контролируемое властью и выгодное ей формирование и поддержание идентичности зрителя: национальной, культурно-исторической, социальной, гендерно-возрастной и т.п. Практика современного российского ТВ в его федеральном сегменте, на наш взгляд, полностью подтверждает выводы французского философа, а деятельность создателей фильмов, получивших по негласному конвенциональному соглашению с вещателем право на эфир, оказывается политически санкционированной. И поскольку любой «текст обретает двоякое место в порождающей его реальности материи языка и в социальной истории...» [5. С. 35], то погружение транслируемого фильма в современность и хоть сколько-нибудь продолжительное бытование в ней как коммуникативного артефакта неизбежно, а, следовательно, неизбежен и контроль власти над ним, точнее, над содержащимися в нем знаками идентичности.

По отношению к документальному фильму суть контроля заключается в «разрешенной» трансляции понятных, ожидаемых и принимаемых смыслов, заложенных в кинотексте на уровне, прежде всего, типичных образов, клишированных сюжетных форм, а также привычной нарративной структуры. Это действительно так, поскольку упрощение как принцип репрезентации референтной реальности вообще характерно для телевидения, которое «дает своему зрителю шанс властвования над дематериализованным и облегченным миром» [6. С. 10]. Фильмы о знаменитых деятелях отечественной и мировой культуры перечисленным выше требованиям трансляции в большинстве своем отвечают, поскольку такие биографии — это уже созданные «тексты жизни», историческое место которым в силу самой известности героев уже определено или, если речь идет о современниках или недавно ушедших, как раз определяется. Вместе с тем, в таких экранных биографиях, где

уже известная история более или менее известным образом пересказывается-показывается, всегда есть и что-то новое, способное удивить или озадачить, то есть соблазнить свежим, легко получаемым знанием. И первый результат такого «когнитивного соблазна» — сама запрограммированная практика «телесмотрения» подобного рода фильмов образованной частью homo informaticus¹, с сопутствующей и последующей диалогической коммуникацией (воображаемой — с автором, персонажами, героем, реальной — с членами семьи, друзьями, коллегами и т.д.). При этом диалогичность просто неизбежна, поскольку «не существует ни одной социокультурной жизненной формы, которая не нацеливалась бы, по крайней мере, косвенным образом, на продолжение коммуникативного действия с помощью аргументированных средств» [8. С. 157]. Очевидно, в столь легко достигаемом, практически обиходном когнитивно-коммуникативном единстве и содержится как минимум часть ответа на вопрос: «Почему биографические фильмы-портреты смотрят?». Другую часть следует искать в динамической структуре личности человека, который «создается непрерывно, снова и снова создается, создается в истории, с участием его самого, его индивидуальных усилий» [9. С. 34]. То есть, когнитивный соблазн является обоюдновыгодным процессом, и подтверждением его эффективности может служить реакция зрителей на премьеры фильмов в социальных сетях и на форумах телеканалов.

Так, весьма показательными являются отзывы, оставленные на сайте Первого канала после демонстрации в «Закрытом показе» фильма Р. Либера «Написано Сергеем Довлатовым» (2012). Их много, и спектр мнений чрезвычайно широк, от апологетических: «Уверена, что у Довлатова не было бы антропологической несовместимости с теми, кто представлял съемочную группу фильма «Написано Сергеем Довлатовым». А это очень важно — когда о тебе говорят те, с кем у тебя нет гуманитарных разногласий и кому ты по-настоящему дорог. Умные, образованные, рефлексиирующие люди создали фильм о писателе — нечасто нам, зрителям, так везет» (Татьяна)», до жестко критических: «С каждым прочтением (Довлатова — А.П.) понимаешь — это айсберг, ты видишь лишь новую грань, но познать всю его величину возможно не дано. Фильм же говорит об этом айсберге как о вполне заурядной льдине, сплавляющейся по реке. Это не то что не чей-то там личный Довлатов, это вообще не про него. Это рассказ обиженной женщины и, как правильно выразились, пигмея. Их можно понять, невозможно понять тех кто говорит что фильм хорош (Ч.А.В.)»².

¹ Данный термин, обозначающий тип личности с «когнитивно-волевой» моделью поведения, широко используется в культурологических и медиаисследованиях [7].

² Орфография автора сохранена, см.: http://www.itv.ru/projects_blog/si=5730

Приведенные высказывания и сам ход обсуждения, как студийного, так и сетевого, являются частью ответа на третий вопрос: «Как экранные биографии используются зрителем?». Очевидно, для социализации, в широком смысле этого слова, то есть формирования и высказывания собственного мнения, демонстрации своего «я» другим, поиска единомышленников и «противников». В том же контексте идентичности возможны и другие варианты использования текстов фильмов: цитирование слов героя или автора в собственной обиходной или профессиональной речи как авторитетного «телесмотрящего», номинации кого-либо или чего-либо с помощью имен и слова фильма, различные формы подражания герою и т.п. Оценить их сложно, исследований на эту тему просто нет, хотя нетрудно предположить, что они проявляются реже, чем реакция на игровое кино, и не столь заметны, — поскольку «по индексу цитирования» любой «документальный байопик» явно уступает художественному. Тем не менее, речь широкой телеаудитории пополняется и из этого источника, хотя бы только названиями: например, в семидесятые из фильма «Один тамм» (авторы Н. Лосева, М. Таврог) в жизнь проникло одноименное определение высокой жизненной энергии — «один тамм»; в восьмидесятые для характеристики упорного человека употребляли сочетание «архангельский мужик» (авторы М. Голдовская, В. Листов); в «нулевые» — мелькали парфеновские «птица-Гоголь» или «Зворыкин-Муромец», в десятые — «полторы комнаты» (автор А. Хржановский). Отметим, что последний пример открывает путь цитирования зрителем документального фильма произведений литературы и кино — пусть и опосредованного. А это, в свою очередь, значительно повышает прагматическую эффективность использования биографических фильмов-портретов, в частности, после выхода в эфир фильма Р. Либерова о Довлатове и без того афористичные тексты писателя стали еще популярнее, особенно строчки из ранних стихотворений, мало известных читающей публике: «Я катился вниз, я падал» и «Не набить ли мне морду себе самому»³.

В итоге, из полученных ответов на поставленные вопросы следует неизбежный вывод о том, что двоякость процесса использования текстов экранной документалистики взаимовыгодна. А. Мальро в «Бренном человеке» заметил, что «телевизионная продукция меньше руководствуется воображением, а более адаптирована в сторону иллюзионизма», и это, на наш взгляд, отвечает ожиданиям самой аудитории — в частности, удовлетворению ее неизменного интереса к экранным биографиям знаменитостей, олицетворяющих мир мечты. Такое взаимное тяготение к иллюзионизму, созданию/восприятию

яркого, цельного образа известного человека с драматичной судьбой — это проявление действия особого протокола, действующего, пользуясь формулировкой Ч. Пирса, в «коммуникативном сообществе» создателей фильмов и их зрителей, своего рода прагматическая конвенция, негласно заключенная между ними и реализуемая имплицитно в процессе телевизионного общения.

Литература

1. Кирющенко В.В. Язык и знак в прагматизме. — СПб., 2008.
2. Ван Дейк Т. Вопросы прагматики текста // Новое в зарубежной лингвистике: Лингвистика текста. — М., 1978. Вып.8.
3. Луман Н. Реальность массмедиа. — М., 2005.
4. Адоньева С.Б. Прагматика фольклора. — СПб., 2004.
5. Кристева Ю. Разрушение поэтики: Избр. тр. — М., 2004.
6. Михалкович В. И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. М., 1986.
7. Уразова С.Л. Homo informaticus как тип личности. Конфликт зрелищного и реального на экране // Вестник ВГИК, — 2011 — №9; Вестник ВГИК — 2011 — №10.
8. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. — СПб., 2001.
9. Мамардашвили М.К. Сознание и цивилизация. — СПб., 2011.

³ Такой вывод позволяют сделать данные мини-эксперимента, проведенного автором в группе студентов факультета журналистики СПбГУ: через неделю после просмотра фильма 7 из 9 человек, по их словам, использовали данные цитаты в сетевой или смс-переписке.