

МЕЛОДРАМАТИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В АВТОРСКИХ ТЕЛЕПЕРЕДАЧАХ

© 2007 Э.А. Лазарева, М.А. Очеретина

Уральский государственный университет

Благодаря “информационной революции” 90-х годов XX века на отечественном телевидении появилось множество каналов, “являющихся средствами выражения индивидуальной воли и личностного мировоззрения” [8, 41]. Такой поворот СМИ к человеку произошел потому, что “...в качестве приоритета современное общество выдвинуло господство индивидуалистических культур, основанных на культе конкуренции и успеха” [8, 41]. А. К. Михальская, представляя точку зрения Б. Ингхема, пресс-секретаря М. Тэтчер, пишет, что СМИ, “адресатом которых являются конкретные живые люди — личности, индивиды — заинтересованы в том, чтобы представить правительство, а также отдельных лидеров прежде всего как личностей, живых людей” [9, 141]. Этот новый подход СМИ и, в частности, телевидения, к подаче информации, когда «фигурантов элиты стали приглашать для разговора не об идеях, а “за жизнь”» [15, 78], известный российский культуролог Т. Чередниченко называет “лично-биографическим эксгибиционизмом”.

Итак, изменения в обществе повлекли за собой изменение массового сознания, что выдвинуло на первый план не объективную реальность, а саму личность с ее субъективными знаниями о мире, субъективными ощущениями и оценками. Поэтому и появилось так много авторских программ, что, в свою очередь, говорит о рождении нового типа журналистики: “личностной журналистики” и “журналистики личности”. Главный признак “личностной журналистики” — то, что “среди критериев ценности информации для адресата все большее значение приобретает личность автора”, характерным признаком “журналистики личности” является приоритет интересов человека над государственными интересами [6, 19]. То есть современного зрителя интересуют живые люди на телеэкране, подробности их личной жизни. Поэтому большой популярностью пользуются передачи, в которых показыва-

ется частная жизнь людей (не обязательно известных) или рассказывается о ней.

Определяя жанры, используемые современными средствами массовой информации, исследователи обращаются к идеям В. Я. Проппа, в частности к его работе “Морфология сказки”. Действительно, многие журналистские произведения строятся по принципам, изложенным Проппом в этом исследовании. Но сказка — это не единственный жанр, используемый (пусть и не всегда осознанно) современными журналистами. Другой жанр — мелодрама.

Материал нашего исследования — авторские телепередачи о личной жизни людей, в основном известных.

При исследовании мелодрамы мы считаем основными следующие жанровые признаки, выявленные разными исследователями [1; 5; 14]:

(1) нацеленность на вызывание сильных эмоций зрителя посредством (2) изображения острого конфликта (неправая сила — жертва), (3) утрирования, намеренной (иногда излишней) драматизации действия и (4) сглаженности (благополучия) развязки; (5) однородность характеров, (6) однозначность нравственной оценки героев, нравоучительность при (7) отсутствии социального анализа; (8) повторяемость, типичность (9) камерных, сугубо личных ситуаций.

“Разумеется, — замечает В. П. Крутоус, — не во всех видах искусства мелодраматическое представлено в таком многообразии признаков” [5, 131]. Но даже внутри одного вида искусства (а мы, вслед за А. А. Леонтьевым, считаем журналистику таковым) в одном произведении (мы рассматриваем телепередачи) невозможно найти все черты мелодрамы. Вообще, в современных произведениях (в литературе, в театре, в кино) присутствуют, скорее, только элементы мелодрамы.

Мелодрама сама по себе, в чистом виде, редка и в публицистике, так как у последней всегда совершенно определенные задачи, носящие со-

циальный характер. Но элементы мелодраматического присутствия во многих произведениях средств массовой информации, и в частности, во многих телепередачах (“Моя семья”, “Окна”, “Что хочет женщина”, “Жди меня”, “Встань и иди”, “Линия судьбы”, “Во имя любви” и др.). Но наиболее явно мелодраматическое начало присутствует в двух программах: в “Женском взгляде” Оксаны Пушкиной и в “Кумирах” Валентины Пимановой. В качестве материала для анализа мы используем расшифровки видеозаписей данных передач, а также сборники “историй” этих же авторов, составленные на основе уже вышедших в эфир программ. Это кажется нам оправданным и возможным, поскольку нас интересует прежде всего текст.

Обе эти передачи авторские, они основаны на интервью, но мы практически не слышим вопросов, задаваемых герою, а саму ведущую мы видим очень мало (В. Пиманова) или не видим вообще (О. Пушкина). Поэтому это не обычное интервью, а скорее исповедь. Каждая ведущая выступает в роли хорошо информированной доброжелательной хозяйки, оставляя своих гостей один на один со зрителями. Но при этом она находится недалеко от героя и делится со зрителями информацией, которую герой в силу тех или иных причин замалчивает. Таким образом, повествование ведется не только от лица героя, но и от лица автора, что позволяет ему создавать общую тональность передачи, отбирать нужный материал, выстраивать текст таким образом, чтобы создать наиболее яркий мелодраматический эффект.

Но для создания мелодраматического эффекта в телепередаче недостаточно, чтобы герой рассказал о событиях личной жизни. Необходимо еще определенным образом подать этот рассказ, чтобы вызвать “слезные” эмоции у аудитории. Таким образом, в действие вступают такие факторы, как адресат (аудитория), герой (повествователь), ведущий (который тоже выступает в роли нарратора), то есть элементы коммуникативно-речевой ситуации.

Таким образом, в телепередаче нам важен не только вербальный текст (в данном случае — повествование о событиях, произошедших в личной жизни героя), но и все, что связано с самим героем, с ведущим, аудиторией, их взаимоотношениями и т. д. То есть, анализируя телевизионное произведение, мы должны учитывать его комплексный, многомерный характер.

Текст телепередачи в сочетании с ее коммуникативно-речевой ситуацией — говорящие (автор и герой), слушающий (аудитория), обстановка общения — представляют собой дискурс. Мы используем трактовку термина “дискурс”

Г. Г. Почепцова, который определяет дискурс “как социальный процесс, в который включен текст, а текст является конкретным материальным объектом, получаемым в дискурсе” [11, 118]. В этом случае взгляд на объект как на лингвистический процесс позволяет нам говорить о дискурсе, а взгляд на объект как на результат лингвистического процесса дает нам текст.

В дискурсе нас интересуют прежде всего элементы, повторение которых в разных произведениях закрепляет их в нашем сознании. Эти “обобщения”, называемые по-разному: схемами, фреймами, формулами, сценариями — хранятся в памяти всех общающихся, “общей памяти”, по определению Ю. М. Лотмана [7, 87]. Мы называем их мотивами.

Мотивы (имеющие инвариантную природу) манифестируются в **разных** конкретных **повествовательных элементах**: в герое, в событии, в хронологических элементах и т. д. То есть в роли мотива может выступать любой феномен, «любое смысловое “пятно” — событие, черта характера, элемент ландшафта, любой предмет, произнесенное слово, краска, звук и т. д.» [2, 98].

Поэтому мы называем мотивом типичный, повторяющийся значимый содержательный элемент произведений, закрепляющийся в виде определенного обобщения в системе наших знаний в результате восприятия текстов.

Основное эстетическое задание мелодрамы — вызывать у адресата чистые и яркие эмоции. В этом выражается ее “эмоциональная телеология”, по терминологии С. Д. Балухатого [1, 30]. Эта эмоциональная телеология мелодрамы отражается в сюжетных темах, в конструкции сюжета, в материале бытовых фактов, в ситуациях, в персонажах, в их поступках, в их речах и диалогах [1, 31-37]. То есть все элементы, все мелодраматические мотивы организуются по принципу максимального нагнетания эмоций зрителя. Без этого не будет эффекта мелодрамы.

Эмоции же зрителя мелодрамы определяют эмоциями ее героя. Поскольку «с мелодраматическим героем можно только самоотождествиться. “Чистая” мелодрама не несет новой информации (стараясь только ассимилировать положительные ценности из числа актуальных “общих мест” эпохи), она может только напомнить о подавленных или просто забытых эмоциях» [14, 51].

По словам В. Пимановой, ее главная задача — “показать героев такими, какие они есть, с понятными любому зрителю проблемами, успехами, неудачами, болью и радостью” [10, 8]. А вот как характеризуется “Женский взгляд” Оксаны Пушкиной в аннотации к ее книге: “Восхищает искренность рассказов, и становится понятно, что

мотивы НЕСЧАСТЬЯ	мотивы СЧАСТЬЯ	мотивы НЕСЧАСТЬЯ-СЧАСТЬЯ
<i>мотивы - ОТНОШЕНИЯ</i>		
Предательство Козни врагов Непонимание Родительское проклятие	Взаимопонимание Идеальная пара Родство душ	Завоевывание любимой (любимого) Конфликт при знакомстве
<i>мотивы - СИТУАЦИИ</i>		
Болезнь Разлука Выбор Испытания судьбы Материальное неблагополучие Несчастный случай Одиночество Потеря Смерть Разница в возрасте Разрушение семьи Пьянство	Встреча Счастливая случайность Обретение богатства Рождение ребёнка	Тайна
<i>мотивы - ЭМОЦИИ</i>		
Раскаяние Ревность Страдания ребёнка	Любовь Любовь с первого взгляда Страсть	

судьбы этих мужчин и женщин в чем-то схожи с вашей судьбой и судьбой ваших знакомых” [13].

Таким образом, “эффект мелодрамы – эффект узнавания (вспоминания) себя. Поэтому существует лишь одно условие ее безусловного воздействия: зритель должен принимать ее всерьез. В идеале это должен быть зритель, не понимающий разницы театра и жизни, героев и живых людей...” [14, 51]. (Причем надо заметить, что в телепередачах чаще всего действуют как раз реальные люди, а не актеры, то есть в данном случае действительно нет разницы между театром и жизнью.)

Сведя мелодраматические мотивы в определенный перечень, мы увидим, что волнует современного человека (в его личной жизни, в его взаимоотношениях с близкими и родственниками, с коллегами и т. д.) и каковы его представления о счастье.

В текстах анализируемых телепередач мы нашли 32 мелодраматических мотива, которые разделили прежде всего на две большие группы:

1) мотивы, обозначающие счастливые для героя ситуации и вызывающие у зрителя эмоции радости, удивления, восхищения;

2) мотивы, обозначающие несчастные для героя ситуации и вызывающие у зрителя эмоции жалости, сочувствия, сострадания (а иногда и собственно страдания, если это условная эмоция).

Основаниями для такого деления были:

- 1) эмоции героя;
- 2) эмоции зрителя.

Общая окрашенность этих эмоций должна быть одинаковой: отрицательной или положительной.

Для краткости мы назвали эти группы соответственно “мотивами Счастья” и “мотивами Несчастья”.

Существует еще немногочисленная третья группа мотивов, которые передают разные эмоции у героя и противоречивые – у зрителя. Эту группу мы назвали “мотивами Несчастья-Счастья”.

При этом следует отметить, что каждая группа делится на одинаковые подгруппы: мы можем выделить мотивы-отношения, мотивы-ситуации и мотивы-эмоции. Таким образом, наша классификация мелодраматических мотивов имеет следующий вид (см. табл).

Необходимо заметить, что в тексте телепередачи мотивы не реализуются изолированно друг от друга. Мотивы взаимодействуют, пересекаются, наслаиваются один на другой, часто выступают в связке. Эту взаимосвязь мы показываем в нашем анализе мелодраматических мотивов.

Причины страдания в мелодраме могут быть самыми разными, важно только, чтобы страдание было непрерывным и “конец” одного страдания совпадал с “началом” другого. Страдание в мелодраме – это и тема, и метод воздействия, и основная характеристика героев» [14, 44-45].

Таким образом, “мелодрама пользуется материалом, неизбежно порождающим у зрителя необычные эмоциональные потрясения – фактами, действующими непосредственно, экспрессивной своей природой, на наше восприятие” [1, 32]. Причем факты эти могут иметь приличный “стаж”. Например, в октябре 2003 года к юбилею Елены Санаевой вышло две передачи о ней – “Кумиры” и “Женский взгляд”. Повод – юбилей, но основным мотивом, вокруг которого строилась беседа в обеих программах, стал мотив смерти – смерти мужа Елены Санаевой – Ролана Быкова, несмотря на то, что он умер за пять лет (!) до

этого и поводом для эфира был все-таки день рождения героини.

Начало передачи «Кумиры»:

Валентина Пиманова. 16 мая 98-го года в концертной студии “Останкино” состоялось последнее выступление изумительного актера и режиссера Ролана Быкова. В тот вечер Быков, которого обожали все, был как всегда неотразим. И никто из зрителей даже не догадался, в каком состоянии этот мужественный человек вышел на сцену. Санаева ловила каждый его вздох, опасаясь, что этот вздох может оказаться последним.

Автор “Женских историй” тоже почти сразу упоминает о факте смерти:

Оксана Пушкина. Великий актер и режиссер Ролан Быков умер в ночь с 5-го на 6-е октября 98-го года. После трагедии Елена Санаева больше года провела наедине с телевизором. В самые отчаянные минуты ее поддерживал сын Павел. Горечь утраты была невыносимой (эфир: 25.10.2003 г.)

И затем в беседах обеих ведущих с героиней этот мотив остается основным.

Таким образом, мелодраматические мотивы — существенная черта содержания современной российской телепублицистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балухатый С.Д. Поэтика мелодрамы / С.Д. Балухатый // Вопросы поэтики. — Л., 1990. — С. 27-40.
2. Гаспаров Б.М. Из наблюдений над мотивной структурой романа М.А. Булгакова “Мастер и Маргарита” / Б.М. Гаспаров // Даугава. 1988. -№ 10. — С. 96-106.
3. Джидарьян Д.И. Счастье в представлениях обыденного сознания / Д.И. Джидарьян // Психол. журн. — 2000. № 2. — С. 40-48.
4. Доманский Ю.В. Смыслообразующая роль архетипических значений в литературном тексте: Пособие по спецкурсу. / Ю.В. Доманский. — Тверь, 2001. — 124 с.
5. Крутоус В.П. О «мелодраматическом» / В.П. Крутоус // Вопросы философии. — 1981. -№ 5. — С. 125-136.
6. Кувшинова О.В. Личностная журналистика в информационно-коммуникационном обществе / О.В. Кувшинова // СМИ в современном мире. Тез. науч.-практ. конф. СПб., 2000. — С. 18-20.
7. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. / Ю.М. Лотман. — М., 1999. — 240 с.
8. Мансурова В.Д. СМИ как средство коммуникативной саморегуляции общества / В.Д. Мансурова. // СМИ в современном мире. Тез. науч.-практ. конф. СПб., 2000. С. 41-42.
9. Михальская А.К. Русский Сократ. Лекции по сравнительно-исторической риторике. / А.К. Михальская — М., 1996. — 248 с.
10. Пиманова В.Ю. Кумиры в кадре и за кадром. / В.Ю. Пиманова. — М., 2005. — 196 с.
11. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. / Г.Г. Почепцов — М., 1998. — 197 с.
12. Пропп В.Я. Морфология сказки. / В.Я. Пропп. — М., 1969. — 206 с.
13. Пушкина О.В. Женский взгляд Оксаны Пушкиной. / О.В. Пушкина — М.: ЗАО Изд-во Центрполиграф, 2000. — 168 с.
14. Степанов А.Д. Психология мелодрамы / А.Д. Степанов — // Драма и театр. — Тверь, 2001. — с. 38-51.
15. Чередниченко Т. Россия 1990-х в слогах, рейтингах, имиджах / Т. Чередниченко // Актуальный лексикон истории культуры. М., 1999. — 188 с.

Рецензент — И.А. Стернин.

Статья принята к печати 29 сентября 2006 г.