

Секция «33.1 Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Появление нового архетипического сюжета на современном телевидении как ответ на глобальные вызовы

Научный руководитель – Шестерина Алла Михайловна

Новичихина Надежда Владимировна

Аспирант

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, Тамбов, Россия

E-mail: gusevanadi955@gmail.com

Современное телевидение переживает период глубокой трансформации, обусловленной как технологическими изменениями, так и геополитическими сдвигами. В актуальной парадигме современности телевидение выступает не просто зеркалом, отражающим происходящие в мире события, но и активным участником формирования новой реальности. Глобальные вызовы последних лет (специальная военная операция, изменение миропорядка, экзистенциальные угрозы) порождают запрос на новые телевизионные форматы, способные осмыслить происходящее и предложить зрителю модели поведения в кризисной ситуации. Поэтому цель работы - выявить, какие архетипические сюжеты актуализируются в процессе медиаосмысления травматического опыта.

Теоретическую базу исследования составляют несколько подходов: концепция медиа-реальности [1, 2], теория архетипов К.Г. Юнга и ее адаптация к медиаисследованиям [3, 4]. В работе мы опирались на качественный анализ медиатекстов с использованием методов нарративного анализа (выявление сюжетных структур) и элементов дискурс-анализа (изучение способов репрезентации реальности).

Мы проанализировали программы двадцати общедоступных федеральных телеканалов и выявили формирование нового архетипического сюжета. Предлагаем обозначить его как «вялотекущий апокалипсис». В отличие от классической апокалиптической модели, где катастрофа - это одномоментное событие, после которого мир либо гибнет, либо возрождается, в «вялотекущем апокалипсисе» катастрофа не имеет четких границ: она растянута во времени, вписана в повседневность и качественно трансформирует жизнь, не отменяя её.

Наибольшую репрезентативность данный сюжет обретает в программах, ориентированных на социальную реабилитацию участников СВО, вернувшихся к мирной жизни - «Будем жить!» («Первый канал») и «СВОи» (ВГТРК «Волгоград-ТРВ»). В центре внимания оказывается не героика момента, а «вялотекущая» реальность мирной жизни. Герои программ - ветераны СВО, столкнувшиеся с трудностями реабилитации, трудоустройства, получения инвалидности, психологической адаптации. Конфликт переносится из внешнего мира (противостояние с врагом) во внутренний и социальный (преодоление посттравматического синдрома, поиск работы, создание семьи, выстраивание отношений с обществом). Соответственно «финал» в такой сюжетной конструкции выражается не через победу над антагонистом, а через решение конкретных бытовых проблем при участии представителей государства и общества: волонтеров, сотрудников фондов, социальных работников, врачей. Таким образом, формируется расширенный образ сообщества «своих», участвующих в преодолении последствий травмы.

Сюжеты программ строятся вокруг поиска утраченной идентичности и демонстрируют стратегии совладания с «вялотекущей» реальностью через конкретные действия: открытие своего дела, возвращение к профессии, участие в патриотическом воспитании. Например, в одном из выпусков программы «Будем жить!» ветеран Роман Бояркин получает

помощь в трудоустройстве в инновационном центре «Сколково», а в следующем выпуске сообщает, что женился.

В ходе исследования мы зафиксировали появление нового архетипического сюжета - «вялотекущего апокалипсиса». Он не предполагает окончательного разрешения конфликта, а фиксирует состояние перманентного кризиса и поиска стратегий выживания (ре-социализации) в нем. Героизм здесь проявляется в способности вернуться к нормальной жизни. Также установлено, что наряду с информационной и аналитической функциями, телевидение (особенно в лице региональных и социально-ориентированных программ) берет на себя психотерапевтическую функцию. Проекты «Будем жить!» и «СВОи» предлагают зрителю модель совладания с травмой через эмпатию, демонстрацию конкретных решений и формирование чувства общности («свои»).

Таким образом, телевидение выступает не просто зеркалом событий, но и активным инструментом осмысления травматического опыта, адаптации общества к меняющейся реальности через актуализацию новых архетипических сюжетов.

Источники и литература

- 1) 1. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. Поэтика и политика: Альманах Рос.-франц. Центра социологии и философии Ин-та социологии РАН. М.: Ин-т эксперим. социологии; СПб.: Алетейя, 1999. С.193-226.
- 2) 1. Луман Н. Реальность массмедиа (пер. с нем. А.Ю. Антоновского). М.: Праксис, 2005. С. 256.
- 3) 1. Новичихина Н.В. Архетипические сюжеты в СМИ // Неофилология. 2024. Т. 10. № 3. С. 690-700.
- 4) Юнг К.Г. Архетип и символ. М.: Ренессанс, 1991. С. 300.