

# Архетип Возрождения в телевизионных новостных сюжетах



**Е.Н. Лаврова<sup>1</sup>**

Институт кино и телевидения (ГИТР), 123007, Россия, Москва,  
 ш. Хорошёвское, д. 32А.

ORCID ID: 0000-0001-8299-5061  
[elena\\_478@mail.ru](mailto:elena_478@mail.ru)

## АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются способы конструирования реальности посредством современных медиа. Сюжетные особенности и семиотическая составляющая информационных аудиовизуальных произведений позволяют транслировать универсальные образы. В результате исследования автор приходит к выводу: архетип Возрождения (по термину К.Г. Юнга), а также библейский сюжет о спасении являются основой большинства новостных сюжетов. Полученные результаты способствуют раскрытию концептуальных особенностей телевидения, формирующего повестку дня и последующие поведенческие стратегии зрителя.

## ключевые слова

архетипы, бессознательное, Возрождение, мифологизация, новости, телевидение, СМИ, медиа

## для цитирования

Лаврова Е.Н. Архетип Возрождения в телевизионных новостных сюжетах // Вестник ВГИК. 2025. Т. 17, № 4. С. 144–159. <https://doi.org/10.69975/2074-0832-2025-66-4-144-159>

<sup>1</sup> **Елена Николаевна Лаврова**

выпускник аспирантуры кафедры теории и истории культуры, ответственный секретарь, редактор научного журнала «Медиакультура» Института кино и телевидения (ГИТР). AuthorID: 1246806

© Е.Н. Лаврова, 2025

# The Renaissance Archetype in Contemporary Television News

**Elena N. Lavrova**<sup>1</sup>

Institute of Cinema and Television (GITR) 32A, Khoroshevskoe highway,  
Moscow, 123007, Russia.

ORCID ID: 0000-0001-8299-5061  
elena\_478@mail.ru

## ABSTRACT

The article discusses the ways of constructing reality through modern media. Plot features and the semiotic component in audiovisual information works allow for the transmission of universal images. The author comes to the conclusion that the archetype of Rebirth (a term coined by C.G. Jung), as well as the biblical story of salvation, underlie most news items. The results of the study contribute to the disclosure of the conceptual features of television, which impacts the viewer's agenda and subsequent behavioral strategies.

## keywords

archetypes, the unconscious, the renaissance, mythologization, news, television, media, the media

## for citation

Lavrova E.N. The Renaissance Archetype in Contemporary Media Television News Stories. *Vestnik VGIK*, vol. 17, no. 4, 2025, pp. 144–159. (In Russ.)

<https://doi.org/10.69975/2074-0832-2025-66-4-144-159>

---

<sup>1</sup> **Elena N. Lavrova**

Graduate of the Department of Theory and History of Culture, GITR Film and Television School, Executive Secretary, Editor of the Scientific Journal “Mediaculture” of the GITR Film and Television School. AuthorID: 1246806

## ВВЕДЕНИЕ

Телевидение, имеющее воплощение через аудиовизуальное произведение, заключено между художественным кинематографом и документалистикой. В этом состоит его специфика. На стыке невидимой грани реального и эфирного разворачивается поле боя современного общества за достоверность. Телевидение как транслятор особой формы реальности (окружающей действительности) формирует духовно-нравственную ориентацию зрителя, в связи с чем изучение его инструментов воздействия на общество является весьма *актуальным* вопросом.

Эфир, обращаясь к дословному переводу с латинского — «верхний слой воздуха», он как особое энергетическое поле превращается в новую технологическую среду телеэфира наших дней. «Прошлый век породил немало определений своей “переломности”: “атомный”, “техногенный”, “век науки” и т. д. Но справедливо было бы в рамках наших размышлений вспомнить и понятие “экранная цивилизация”, которая осознается, прежде всего, как создание новой среды существования человечества и его взаимодействия с миром», — отмечает Г.С. Прожико [5, с. 109]. Новая форма взаимодействия с миром имеет корни мифологической модели коммуникации, что выражается не только в сюжетных особенностях, но и в знаках, транслирующих определенные смыслы. Телевидение как воплощенное аудиовизуальное повествование богато символами, в которых мы можем увидеть архетипические черты, а также проследить особое течение времени новостного сюжета и, проанализировав конкретный информационный сюжет, увидеть его структурное сходство с ри-

туальной песней или трансляцией мифа о «вечном возвращении» по терминам М. Элиаде [8].

Элиаде утверждает, что при ритуале исцеления в племенах шаман озвучивает миф о происхождении мира: «...став символически современником сотворения мира, больной погружается в состояние первоначального расцвета; в него проникают гигантские силы, которые *in illo tempore*<sup>1</sup> сделали возможным сотворение мира» [8, с. 37]. Информационный сюжет, подробно повествующий о событии, включающий аналитическую составляющую, раскрывающий региональный или мировой дискурс о проблеме, является отсылкой к ритуальному исполнению. Тем самым создается цикличность и непрерывность времени медиасреды, в которой репортер становится воплощением шамана, стремящимся повлиять на состояние зрителя, а сам телевизор исполняет роль медиума, транслирующего энергию информационного потока. Таким образом, слово буквально наделяется властью влиять, спасать, убивать.

Перед нами раскрывается широкое полотно современной системы медиа, в основе которого ряд визуальных семиотических проявлений. Особенности конструирования временных рамок являются ключевыми, как формирующие пространство телевизионного сюжета и, как следствие, медиасреды в целом. В данном контексте мы можем говорить об архетипе Возрождения, опираясь на термин К.Г. Юнга. «Возрождение — это процесс, который нельзя наблюдать каким-нибудь образом. Мы не можем его ни измерить, ни взвесить, ни сфотогра-

1 В переводе с латинского языка *in illo tempore* — в то время, тогда.

фировать. Он находится совершенно вне нашего чувственного восприятия. Здесь мы имеем дело с чисто *психической* реальностью, которая дается нам косвенно, посредством личных сообщений. О возрождении говорят, возрождение исповедуют, возрождение переживают. Эти факты принимаются как достаточно реальные. Здесь мы не касаемся вопроса: является ли вообще возрождение в некотором роде реальным процессом? Мы должны довольствоваться его *психической реальностью*», — констатирует Юнг [9, с. 160]. И все же мы ставим перед собой *задачу* уловить, увидеть, констатировать проявление архетипа Возрождения на телевизионных экранах.

В статье подтверждается *научная гипотеза*: одними из средств поддержания благоприятного информационного климата в обществе является воплощение архетипа Возрождения на телевизионных экранах. Выявление архетипических черт медиа является *ключевой целью* данной статьи, что способствует комплексному изучению функционирования всей структуры медиа. Таким образом, *объектом* исследования являются новостные сюжеты отечественных телеканалов. *Предмет* статьи — архетипические особенности, а именно воплощение архетипа Возрождения.

## МИФ О СПАСЕНИИ

В связи с насыщенными информационными событиями (политические конфликты, пандемии, экологические бедствия, проблемы нарождающегося искусственного интеллекта) в современном обществе запрос на поддержание благоприятного медиаклимата наблюдается отчетливо, что является непосред-

ственной задачей СМИ на протяжении всей истории телевидения. Методы достижения данной цели крайне разнообразны, что отмечали многие исследователи. Например, Р. Барт, анализируя информационное освещение наводнения в Париже 1955 года, отмечал, что событие не воспринималось жителями в негативном ключе из-за ряда визуальных символов, показанных на телеэкранах: лодка, плывущая по затопленной улице, является символом спасения как олицетворение ковчега Ноя [1, с. 127]. При этом философ Ж. Бодрийяр утверждал, что при просмотре новостей о бедствиях на далеких континентах зритель чувствует себя в безопасности и, осознавая контраст, ощущает удовлетворение собственной жизнью [2].

Увиденное на экране воспринимается реальностью, так как человеку сложно не верить тому, что он видит, а еще сложнее не верить собственным чувствам, пусть даже искусственно вызванным просмотром информационных программ. Мы можем утверждать, что трансляция архетипа Возрождения на экранах также способствует поддержанию благоприятного эмоционального фона. Используя архетипический метод, мы рассматриваем архетип Возрождения как визуальное воплощение вечной жизни, надежды на спасение и улучшение жизни в целом. Выявить процесс возрождения в новостных произведениях мы можем через три составляющие: *характерный сюжет, специфические символы и образ героя*.

Герой, как правило, является воплощением архетипа Предвечного младенца по термину Юнга. Он наделен сверхспособностями, может соприкасаться с миром мертвых и оставаться живым, при этом его миссией является побе-

да не только над общим мировым злом, но и процесс внутренней трансформации как победа над своей темной стороной. Сам сюжет, характерная трансформация героя уже указывают на архетипические черты возрождения. Отечественный культуролог О.В. Строева подчеркивает: «...благодаря архетипу героя мифологическое сознание нейтрализует бинарную оппозицию “жизнь — смерть”, в чем К. Леви-Стросс видел главную его функцию. Библейский миф о воскресении Христа также можно рассматривать как проявление трансформированного архетипа героя, в образе которого отражаются архаические представления о воскресающем и умирающем боге» [7, с. 118]. Примером таких героев в новостных сюжетах могут быть как люди, спасшие других (военные, медики, волонтеры, добровольцы), так и вернувшиеся к благополучной жизни после испытаний (болезней, бедствий и др.).

В статье «Архетип мифологического героя в новостных сюжетах о пандемии Covid-19» мы анализируем образ врача, который сражается с мировым злом (новым заболеванием), при этом пересекает так называемую «красную зону» — отделение с пациентами и сохраняет собственную жизнь; он обладает знаниями как некой сакральной силой и носит белый халат как опознавательный предмет [3]. Безусловно, информационные темы борьбы с пандемией или другими заболеваниями заключают в себе архетип Возрождения, который, помимо сюжетных особенностей и наличия героя, воплощается через множество *специфических символов*. После снятия социальных ограничительных мер мы видим сюжеты о людях, которые возвращаются к обычной жизни: «Визуально показана атмо-

сфера праздника, достатка, безопасности и возвращения к прежней жизни. Толпа людей без масок идет по Камергерскому переулку навстречу вернувшейся жизни. Подсознательно зритель считывает визуальные символы, у него возникают соответствующие мысли: планета спасена, жизни ничего не угрожает, и любой человек может так же, как и прохожие на телеэкране, выйти на улицу и присоединиться к общему празднику» [3, с. 127].

Как мы видим, возрождение не всегда связано с чем-то потусторонним и таинственным при визуальном воплощении, оно может присутствовать в бытовых темах, выражаться через обыденные символы, а сам процесс возрождения происходит внутри зрителя. Для обнаружения этого архетипа нам необходимо определить предшествующее состояние объекта, сам процесс трансформации и воплощение в ином виде. М.А. Радаев выявляет архетип Рая в кинематографе через следующие символы: «В каждом из трех сериалов<sup>2</sup> представлен рай свой, оригинальный, но вместе с тем и всегда узнаваемый. <...> Он предстает перед нами всякий раз в иной трактовке — то как изобилие еды в заброшенном немецком хранилище, случайно обнаруженном штрафниками, то в облике пышнотелой гурии, стремящейся ублажить праведника Сологодина в “шарашке”, то как рай потерянный, из которого изгоняет одесситов карающий Жуков» [6, с. 34]. Данная интерпретация визуального образа близка нашему исследованию, при этом мы разделяем архетип Рая как воплощение изобилия и архетип Возрождения как визуализацию пере-

2 М.А. Радаев рассматривает многосерийные фильмы «Штрафбат», «В круге первом», «Ликвидация».

воплощения или возобновления процесса. Как известно, Юнг определяет пять форм возрождения, каждую из которых мы рассмотрим отдельно, для выявления соответствующих черт в новостных сюжетах.

## ПЕРЕНОСНОЕ ВОЗРОЖДЕНИЕ

Данная форма архетипа Возрождения наиболее свойственна экранной культуре, и мы рассматриваем ее по четкому определению Юнга: «...участие в процессе, ритуале трансформации, происходящем вне личности. Человек лишь присутствует или принимает участие в ритуале превращения, уже благодаря одному своему присутствию разделяя божественную благодать» [9, с. 159].

Вспомним сюжеты о *религиозных праздниках* или непосредственно трансляции богослужений. Отметим, что часто на службе присутствуют первые лица государства, что может благоприятно сказываться на их имидже, внушающем большее доверие за счет совместного ритуала, в котором публичные персоны и зрители оказываются равны. Кроме этого, зритель наблюдает за ритуалом во время трансляций спортивных мероприятий, которые также позволяют пройти через обновление. При этом спортсмен (или команда) выступает в образе героя, воплощая архетип Предвечного младенца, о котором мы писали выше. Через демонстрацию сверхспособностей человека создаются условия для психологического обновления зрителя через катарсис. В эту категорию мы можем отнести трансляцию военных парадов и другие информационные темы, за которыми принято следить в режиме реального времени.

Например, в 2021 году за этапами полета в космос актрисы Юлии Пересильд следило множество телевизионных каналов. В.В. Марусенков в статье «Образ космоса на современном экране как опыт мифотворчества» рассматривает художественный фильм реж. К. Шипенко «Вызов», основу которого составляют кадры реального полета в космос актрисы. Исследователь отмечает: «Пока же Евгения<sup>3</sup> работает над будущей операцией по спасению космонавта, а возможные претенденты на полет в космос по тем или иным причинам снимаются с дистанции. И зритель понимает, что полет — это не возможность каждого, полет в космос — это прерогатива избранных, и вот этим избранным зритель хочет увидеть Евгению. Между ним и образом, который создает Юлия Пересильд, возникает то неуловимое, что помогает зрителю проникнуть в художественное пространство фильма. То, что даст возможность испытать чувство своего собственного полета в неизведанное» [4, с. 74].

Вспомнив информационное освещение полета, прямую трансляцию старта и приземления за два года до выхода фильма, мы можем констатировать процесс переносного возрождения самого зрителя. Сюжет<sup>4</sup> о приземлении сопровождается прямым включением с места события. Ю. Пересильд и К. Шипенко окружены группой врачей и специалистов, на этом визуальный ряд практически ограничен

3 Евгения Беляева — главная героиня фильма «Вызов» в исполнении Ю. Пересильд.

4 Сюжет Первого канала «Кульминация грандиозной миссии “Вызов”»: Юлия Пересильд и Клим Шипенко вернулись на Землю». URL: [https://www.1tv.ru/news/2021-10-17/414848-kulminatsiya\\_grandioznoy\\_missii\\_vyzov\\_yuliya\\_peresild\\_i\\_klim\\_shipenko\\_vernulis\\_na\\_zemlyu](https://www.1tv.ru/news/2021-10-17/414848-kulminatsiya_grandioznoy_missii_vyzov_yuliya_peresild_i_klim_shipenko_vernulis_na_zemlyu).

довольно длительное время, что не характерно для новостного репортажа. Чистое голубое небо и сухая желтая трава создают атмосферу другого, все еще «космического» измерения. Из-за технических трудностей прямого включения мы видим операторское искажение линии горизонта, что добавляет уникальности кадрам. Капсула космического корабля выглядит об-

горевшей, искривившейся, что является визуальным свидетельством тяжести процесса. Белые цветы в руках актрисы-космонавта служат символом возрождения. Ангельская чистота хризантем на фоне голубого неба подчеркивается контрастным действием — Пересильд протирают руки, символически очищая от перенесенного испытания.



**Рис. 1.2.** Кадры из сюжета «Кульминация грандиозной миссии “Вызов”»: Юлия Пересильд и Клим Шипенко вернулись на Землю». Первый канал

За визуализацией других форм возрождения, которые мы рассмотрим как самостоятельные художественные образы, зритель также лишь наблюдает, а переживают лично их непосредственно герои сюжетов.

## ВОЗРОЖДЕНИЕ (ОБНОВЛЕНИЕ)

К.Г. Юнг дает этой форме следующее определение: «Возрождение возможно без изменения существа, так как личность, переживающая обновление, не изменяется по своей природе, а заживление, укрепление или улучшение происходит только с ее отдельными функциями или частями» [9, с. 159]. В данном случае мы можем рассматривать проявление архетипа как некое усовершенствование чего-либо. Например, сюжеты о реновации объектов (открытие новых станций метро как усовершенствование системы транспорта и социально значимых объектов как улучшение качества жизни в целом).

В сюжете<sup>5</sup> об открытии московских поликлиник после реконструкции мы видим кадры отремонтированного здания, которые сопровождаются комментариями корреспондента: «понятная навигация», «красивые светлые кабинеты», «ультрасовременное оборудование», «в коридорах просторно». Посетитель дает интервью: «Несравнимо с тем, что было». При этом кадров разрушенного здания до ремонта мы не видим. Вероятно, для того чтобы не формировался негативный образ медицинского учреждения. Однако слова «не будет больше бумажных медицинских карт с неразборчивым подчерком» сопровождают кадры разваливающихся стопок с бумагами.

- 5 Сюжет Первого канала «Сразу три столичные поликлиники после масштабной реконструкции начнут прием с 12 сентября» от 9.09.2022. URL: [https://www.1tv.ru/news/2022-09-09/437441-srazu\\_tri\\_stolichnye\\_polikliniki\\_posle\\_masshtabnoy\\_rekonstruktsii\\_nachnut\\_priem\\_s\\_12\\_sentyabrya](https://www.1tv.ru/news/2022-09-09/437441-srazu_tri_stolichnye_polikliniki_posle_masshtabnoy_rekonstruktsii_nachnut_priem_s_12_sentyabrya).



**Рис. 3.** Кадр из сюжета «Сразу три столичные поликлиники после масштабной реконструкции начнут прием с 12 сентября». Первый канал





**Рис. 4.** Кадр из сюжета «Сразу три столичные поликлиники после масштабной реконструкции начнут прием с 12 сентября». Первый канал

В эту же категорию архетипа Возрождения мы можем отнести сюжеты об улучшении жизни конкретно взятой семьи или человека. В начале репортажа<sup>6</sup> о предоставлении жилья пострадавшим от наводнения в Тюменской области мы видим кадры разрушенного деревянного дома. «Вот досюда была вода», — показывает герой отметку выше окна. Далее идут кадры торжественного вручения ключей от квартиры, люди проходят в чистые, светлые помещения.

В данных сюжетах мы видим ключевой элемент этой формы возрождения: переход из одного состояния в другое, визуальный ряд строится в системе оппозиции: «было — стало». Если Юнг обозначает это как: «...превращение смертного существа в бессмертное, телесного в духовное или человеческого

в божественное» [9, с. 159], то в нашем случае происходит переход от устаревшего к современному, от разрушения к созиданию.

## ВОСКРЕШЕНИЕ

К.Г. Юнг описывает эту форму как: «...восстановление человеческой жизни после смерти. Здесь присутствует новый элемент — элемент изменения, трансформации или трансмутации бытия человека. Изменение может быть существенным в том смысле, что воскрешенное существо становится иным и несущественным, когда изменяются только общие условия его существования, т. е. когда человек оказывается в другом месте или в иначе устроенном теле. Воскрешено может быть физическое тело, как в христианском вероучении. На более высоком уровне этот процесс понимается уже не в таком грубо материальном смысле; предполагается, что воскресение из мертвых связано с восхождением

6 Сюжет Первого канала «Пострадавшие от наводнения жители Тюменской области получили новое жилье». URL: <https://rutube.ru/video/ec00411e8f74f7309fd4c049b0344c8d/?ysclid=mfcqml8x1q31493277>.

*corpus glorificationis*, “тонкого тела”, в состоянии нетленности» [9, с. 159].

В данном случае предмет, визуализирующий возрождение, должен претерпевать не просто улучшение, как в предыдущей форме, а именно кардинальное изменение. Процесс, который безвозвратно «замирает», а далее возобновляется вновь, но уже в измененном состоянии. Мы можем это проследить в сюжетах о *воздвижении памятников* погибшим: жизнь человека прерывается, но воскрешение происходит в иной форме — через увековечивание памяти.

Кроме этого, в *материалах об археологических находках* мы можем увидеть архетип Возрождения. В Иркутской области были найдены кости мамонта. Визуальное освещение этой темы начинается с кадров<sup>7</sup> раскопок. Буквально из-под земли вынимают сотрудники ценный артефакт. Физическая жизнь животного, завершенная несколько тысяч лет назад, возобновляется в качестве музейного экспоната.

Рассмотрим другой сюжет. Картина Пабло Пикассо висела в доме недалеко от Неаполя более пятидесяти лет, однако подлинником ее признали совсем недавно, благодаря чему картина неизвестного художника возродилась в качестве шедевра гения, о чем повествовали информационные сюжеты<sup>8</sup>.

Повествуя о более раннем местонахождении картины, корреспондент от-

мечает: «...свернутый холст пылился в подвале на острове Капри». Символично то, что картину достали из-под земли, однако кадров этого мы не видим и конструирование архетипа Возрождения происходит через речевую форму.

## ПЕРЕСЕЛЕНИЕ ДУШ (МЕТЕМПСИХОЗ)

О такой форме возрождения, как переселение душ, Юнг пишет следующее: «Согласно этому воззрению, жизнь человека продлевается во времени посредством различных телесных воплощений; или, с другой стороны, представляет собой последовательную цепь событий, прерываемую различными перевоплощениями» [9, с. 158].

Мы видим особенность этой формы архетипа в трансляции определенной преемственности, а именно следованию одной идее через поколения. Созданию этой формы способствуют *сюжеты о захоронении* останков неизвестных солдат, в которых подчеркивается связь с предками, почитание истории, тем самым происходит возрождение общих ценностей.

В *репортажах о волонтерах* мы также находим визуализацию продолжения жизни, воплощенной в другой личности. В сюжете<sup>9</sup> о сборе мусора на горе волонтер отвечает на вопрос: «Почему хочу участвовать? Потому что с экологии начинается наш мир». При этом мы видим горный пейзаж, ассоциирующийся с вечностью.

7 Сюжет «Под Иркутском нашли кости шерстистого носорога, а в США хотят воскресить мамонтов». Россия 1. URL: [https://smotrim.ru/video/2337906?utm\\_source=internal&utm\\_medium=serp&utm\\_campaign=serp](https://smotrim.ru/video/2337906?utm_source=internal&utm_medium=serp&utm_campaign=serp).

8 Сюжет «Картину Пикассо нашли в подвале в Италии». Пятый канал. URL: <https://rutube.ru/video/434455a5ee22cd522b9905d3d794fd88/?ysclid=mfcux8u2a5391039723>.

9 Сюжет «Экофестиваль “Чистая гора” проходит в КБР». Вести. Кабардино-Балкария. URL: [https://smotrim.ru/video/3016389?utm\\_source=internal&utm\\_medium=serp&utm\\_campaign=serp](https://smotrim.ru/video/3016389?utm_source=internal&utm_medium=serp&utm_campaign=serp).



**Рис. 5.** Кадр из сюжета «Экофестиваль “Чистая гора” проходит в КБР». Вести. Кабардино-Балкария. Россия 1

Люди, которые заботятся о животных, также воплощают идею о некотором переселении души, как способности увидеть энергию жизни в другом теле. В сюжете о приюте<sup>10</sup> волонтер называет собаку подопечным и рассказывает историю его жизни: «Вот, например, Сван. Его хозяин бросил. Он потерялся, попал в приют. Нашли хозяина. Хозяин сказал: “Он больше не нужен, оставьте себе”». Визуально показана доверительная связь: собака лижет руки волонтеру, который ее гладит.

Трансляция идеи о необходимости заботы об экологии во благо будущих поколений пронизывает большинство сюжетов про волонтеров. Д. Гунай и некоторые другие исследователи, анализируя британские медиа, отмечают, что новости об угрожающих климатических изменениях часто воспринимаются зрителями как события из других частей мира или относятся к проблемам буду-

щего. Причина этому — стратегии визуальной коммуникации, формирующие ложное ощущение безопасности. Ученые предлагают визуально демонстрировать связь изменений климата с последующими стихийными бедствиями: «...увязать стихийные бедствия с изменением климата с помощью использования впечатляющих визуальных эффектов, таких как изображения людей и животных, страдающих от последствий изменения климата в географической близости от зрителей. Не менее важно предоставить информацию о том, кто именно страдает и где произошла катастрофа, тем самым делая изображения более конкретными для зрителей» [11].

## ПЕРЕВОПЛОЩЕНИЕ

По Юнгу, форма «перевоплощение»: «...предполагает непрерывность личности и способность помнить предыдущие жизни, как правило, означает возрождение в человеческом теле» [9, с. 158]. В этом случае мы видим тесную связь с пре-

<sup>10</sup> Сюжет «Приют для собак в Москве закроют: слухи или страх». Телеканал 360. URL: <https://rutube.ru/video/4cc75447223e946915f33c7f88e211bd/>.



**Рис. 6.** Кадр из сюжета «Десятилетний шахматист Шогджиев стал самым молодым международным мастером». НТВ

дыдущей формой «переселение душ», которую в контексте медиа мы назвали «преемственность». Поскольку отличительной чертой этой формы, по Юнгу, является «непрерывность личности», сконцентрируемся на идее «припоминания информации» в пределах одного тела.

В сюжете о шахматисте<sup>11</sup> мы видим, как десятилетний ребенок выигрывает у взрослых людей. В другом репортаже четырехлетний мальчик Тамерлан знает алфавит 40 азбук и, отвечая на вопрос корреспондента<sup>12</sup>, говорит, что не любит играть в машинки, а предпочитает буквы. Эти примеры транслируют несоответствие внешнего и внутреннего, формируя образ перевоплощения или вечного возвращения.

Темы изменения внешности, пластических операций, стандартов красоты также отсылают нас к этой форме возрождения. Например, информация о людях, которые с помощью хирургии делают себя похожими на животных или монстров, поддерживает ассоциативную связь с перевоплощением самой личности. Кроме этого, современные стандарты красоты формируются под воздействием визуальных образов медийных персон, многие из которых выглядят намного моложе своих лет. Ф. Лу и С. Чиа исследуют механизмы восприятия в системе культуры селфи в американском обществе [10]. Проведя эксперимент, в котором приняли участие 428 женщин, ученые приходят к выводу, что изображения моделей формируют культурные идеалы красоты, которые искусственны по своей природе. Новый эфирный образ становится реальностью, к которой начинает стремиться большинство женщин, прибегая к различным средствам, в том числе пластической хирургии. Мы могли

11 Сюжет «Десятилетний шахматист Шогджиев стал самым молодым международным мастером». НТВ. URL: <https://www.ntv.ru/novosti/2926627>.

12 Сюжет «Мальчик-алфавит из Казани стал местной знаменитостью». Первый канал. URL: [https://www.1tv.ru/news/2019-10-20/374261-malchik\\_alfavit\\_iz\\_kazani\\_stal\\_mestnoy\\_znamenitostyu](https://www.1tv.ru/news/2019-10-20/374261-malchik_alfavit_iz_kazani_stal_mestnoy_znamenitostyu).

бы отнести этот пример к форме «возрождение» («обновление») как пример улучшения части целого, но в данном случае мы видим здесь перевоплощение как факт сохранения внутренней информации в новом теле. Так происходит формирование образа вечной молодости, следовательно, вечной жизни.

## АНТИВОЗРОЖДЕНИЕ

Помимо позитивных примеров трансляции архетипа Возрождения, которые благоприятно влияют на общее эмоциональное состояние зрителей, мы видим примеры противоположной тенденции, когда долгожданное спасение не происходит. Например, в августе 2025 года СМИ более 14 дней следили за спасением альпинистки Н. Наговициной, которая из-за травмы не смогла спуститься с горы. На видео, снятом с коптера,

мы видим<sup>13</sup> палатку альпинистки, расположенную на самом пике горы. Эти кадры стали символом неоправдавшейся надежды на спасение.

Информационные сюжеты о процессе спасения, который занимает не один день, оказывают большее эмоциональное воздействие на зрителя, так как погружают зрителя в ситуацию ежедневно на протяжении длительного времени. Зрители, следящие за подробностями длительно, оказываются лишены счастливого финала и в результате переживают негативное состояние антикатарсиса. Такое состояние мы можем получать от новостей о гибели заложников, которые несколько дней находились в заточении, или отсутствии выживших при взрывах газа в доме, которых также искали длительно.

13 Сюжет «Любовь и смерть на высоте семи тысяч метров: история альпинистки Натальи Наговициной». Пятый канал. URL: <https://dzen.ru/video/watch/68aa9fdc8eada37e498943f4>.



**Рис. 7.** Кадр из сюжета «Любовь и смерть на высоте семи тысяч метров: история альпинистки Натальи Наговициной». Пятый канал

В свою очередь, информационные темы с протяженным во времени спасением и положительным финалом также оказывают наиболее сильное воздействие. Мы можем привести пример спасения кота в Санкт-Петербурге, которое заняло семь дней<sup>14</sup>; спасение детей с мономом при затоплении пещеры, которые находились в заключении без продовольствия три дня и были спасены при помощи аквалангистов<sup>15</sup>. Пример 2008 года — освобождение из добровольного заключения в подземной пещере людей, готовящихся к концу света<sup>16</sup>. Отметим, что заточение продолжалось несколько месяцев.

Сами новостные программы, как регулярно транслируемое аудиовизуальное произведение, не только формируют информационный климат общества, но и за счет технических средств позволяют «приблизиться» к насыщенным событиям мира, находясь дома, что становится особенно актуально для лиц, находящихся в социальной изоляции. «Анализ подчеркивает важную роль новостей в снижении чувства социальной изоляции, особенно для тех, кто проводит больше времени в одиночестве, и пожилых людей с когнитивными нарушениями. <...> Мы предполагаем, что это связано с привычным,

предсказуемым и кратким характером новостей», — подчеркивают К. Фишер, С. Парк, Дж. Ли и др. в научной статье [12, с. 184].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализировав ряд информационных сюжетов, мы находим семиотические признаки мифологической конструкции как части коллективного бессознательного. В результате исследования мы подтверждаем научную гипотезу: для поддержания благоприятного информационного климата СМИ используют воплощение архетипа Возрождения на телевизионных экранах.

Пять форм возрождения создаются через ряд символов, зачастую тривиальных и формирующих образ через совокупность с сюжетной основой информационной темы и поведенческими стратегиями героев репортажей. В большинстве случаев мы имеем дело с «переносным возрождением», когда зритель наблюдает за ритуалом и через катарсис обновляется сам. Однако такие специфические характеристики, как «улучшение», «изменение», условное «переселение души», «перевоплощение», являются основой многих новостных сюжетов.

Данные выводы говорят о том, что телевидение играет важную роль в производстве смыслов и конструировании окружающей действительности. Сюжеты о трагических событиях подтверждают факт присутствия смерти как одного из главных страхов человека, но вместе с тем становится очевидным, что только этот процесс может обозначить и факт жизни как визуальное свидетельство бесконечного возрождения.

14 Статья «Израненный пленник. Кота Маркиза с набережной Фонтанки прооперировали». Аргументы и факты. 04.08.2025. URL: <https://spb.aif.ru/society/izranenny-plennik-kota-markiza-s-naberezhnoy-fontanki-prooperirovali?ysclid=mgxqk8at197167164>.

15 Статья: «Они невероятно сильные: с чем столкнулись дети в пещере». Газета.ру. 10.07.2018. URL: <https://www.gazeta.ru/social/2018/07/10/11832391.shtml?ysclid=mgxqkfey332971034>.

16 Сюжет «Сектанты не дождались Апокалипсиса». НТВ. 16.05.2008. URL: <https://www.ntv.ru/novosti/132317/?ysclid=mgxqkuk2s9657539262>.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Барт Р. Мифологии. М.: Академический проект, 2014. 351 с.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. М.: АСТ, 2020. 319 с.
3. Лаврова Е.Н. Архетип мифологического героя в новостных сюжетах о пандемии Covid-19 / Наука телевидения. 2024. Т. 20, № 1. С. 119–134. DOI 10.30628/1994-9529-2024-20.1-119-134. EDN YEAFSL.
4. Марусенков В.В. Образ космоса на современном экране как опыт мифотворчества // Вестник ВГИК. 2024. Т. 16, № 2. С. 70–79. DOI 10.69975/2074-0832-2024-60-2-70-79 EDN CKZROJ.
5. Прожико Г.С. Миф о достоверности хроники войны // Проблемы истории и теории документального кино: сб. ст. М.: Всероссийский государственный университет кинематографии им. С.А. Герасимова, 2023. С. 108–119. EDN WCCAOК.
6. Радаев М.А. Тоталитарный режим в зеркале телесериала: архетип Рая и диалектика государства // Вестник ВГИК. 2025. Т. 17, № 1. С. 28–41. DOI 10.69975/2074-0832-2025-60-1-28-41.
7. Строева О.В. Архетип Героя в контексте неомифологизма современной экранной культуры // Вестник ВГИК. 2019. Т. 11, № 2 (40). С. 116–126. EDN OMMGIP.
8. Элиаде М. Аспекты мифа. М.: Акад. проект, 2000. 224 с.
9. Юнг К.Г. Душа и миф: Шесть архетипов. М.: ЗАО «Совершенство»; Киев: Порт-Рояль, 1997. 382 с.
10. Lu F., & Chia S. Real versus ideal: How selfies drive young women's endorsement of beauty ideals to enhance cosmetic surgery intentions. Communication and the Public. 2025. DOI 10.1177/20570473251334841.
11. Günay D., Yenen Aytekin Ö., & Melek G. Visual framing of climate change during natural disasters at home and abroad: an analysis of British news. Visual Communication, 2025. 0(0). DOI 10.1177/14703572251320304.
12. Fisher C., Park S., Lee J.Y., Holland K., & John E. Older people's news dependency and social connectedness. Media International Australia, 181(1), 183–196. 2021. DOI 10.1177/1329878X211006497.

## REFERENCES

1. Bart, R. Mifologii [Mythology]. Moscow, Akademicheskij proekt, 2014. 351 p. (In Russ.)
2. Bodriyyar, Zh. Obshhestvo potrebleniya [Consumer Society]. Moscow, AST Publ., 2020. 319 p. (In Russ.)
3. Lavrova, E.N. Arxetip mifologicheskogo geroya v novostny`x syuzhetax o pandemii Covid-19 [The Archetype of a Mythological Hero in News Stories about the Covid-19 Pandemic], Nauka televideniya, vol. 20. no. 1, 2024, pp. 119–134. DOI 10.30628/1994-9529-2024-20.1-119-134. EDN YEAFSL. (In Russ.)
4. Marusenkova, V.V. Obraz kosmosa na sovremennom e`krane kak opy`t mifotvorchestva [The Image of Space on the Modern Screen as an Experience of Myth-making], Vestnik VGIK, vol. 16, no. 2, 2023, pp. 70–79. DOI 10.69975/2074-0832-2024-60-2-70-79. EDN CKZROJ. (In Russ.)
5. Prozhiko, G.S. Mif o dostovernosti xroniki vojny` [The Myth of the Authenticity of the War Chronicle]. Problemy` istorii i teorii dokumental`nogo kino: Sbornik statej [Problems of the history and theory of documentary films]. Moscow, Vserossijskij gosudarstvenny`j universitet kinematografii im. S.A. Gerasimova Publ., 2023, pp. 108–119. EDN WCCAOК. (In Russ.)
6. Radaev, M.A. Totalitarny`j rezhim v zerkale teleseriala: arxetip raya i dialektika gosudarstva [The Totalitarian Regime in the Mirror of a TV Series: The Archetype of Paradise and the Dialectics of the State], Vestnik VGIK, vol. 17, no. 1, 2025, pp. 28–41. DOI 10.69975/2074-0832-2025-60-1-28-41. (In Russ.)

7. Stroeveva, O.V. Arxetip geroya v kontekste neomifologizma sovremennoj e`krannoj kul`tury` [The Hero Archetype in the Context of the Neomythologism of Modern Screen Culture], vol. 11. Vestnik VGİK, no. 2(40), 2019, pp. 116–126. EDN OMMGIP. (In Russ.)
8. E`liade, M. Aspekty` mifa [Aspects of the Myth]. Moscow, Akad. proekt Publ., 2000. 224 p. (In Russ.)
9. Yung, K.G. Dusha i mif: Shest` arxetipov [Soul and Myth: Six Archetypes]. Moscow, ZAO Sovershenstvo Publ.; Kiev, Port-Royal` Publ., 1997. 382 p. (In Russ.)
10. Lu, F., & Chia, S. Real versus ideal: How selfies drive young women's endorsement of beauty ideals to enhance cosmetic surgery intentions. Communication and the Public, 2025. DOI 10.1177/20570473251334841.
11. Günay, D., Yenen Aytekin, Ö., & Melek, G. Visual framing of climate change during natural disasters at home and abroad: an analysis of British news, Visual Communication, 2025. DOI 10.1177/14703572251320304.
12. Fisher, C., Park, S., Lee, J.Y., Holland, K., & John, E. Older people's news dependency and social connectedness, Media International Australia, 2021, no. 181 (1), pp. 183–196. DOI 10.1177/1329878X211006497

Статья поступила в редакцию / The article was submitted **12.09.2025**

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing **02.10.2025**

Принята к публикации / Accepted for publication **03.10.2025**