

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный университет»
Факультет массовых коммуникаций, филологии и политологии
Кафедра теории и практики журналистики

**Архетипические черты просветительских программ Михаила
Казиника и Леонида Клейна**

выпускная квалификационная работа
(бакалаврская работа)

Выполнил студент
4 курса, группы 859
Триппель Дарья Сергеевна

(подпись)

Научный руководитель,
кандидат филол. наук,
доцент
Мансков Сергей Анатольевич

(подпись)

Допустить к защите
зав. кафедрой
Лукашевич Елена Васильевна

(подпись)

« ____ » _____ 2019 г.

Выпускная
квалификационная
работа защищена
« ____ » _____ 2019 г.

Оценка _____

Председатель ГЭК
Пашаева Ольга Александровна

(подпись)

Барнаул 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ АРХЕТИПОВ В ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИХ ПРОГРАММАХ	5
1.1 Просветительские программы в журналистике	5
1.2 Архетипы в массовой коммуникации	13
1.3 Критерии анализа архетипических черт просветительских программ	22
Вывод по 1 главе	22
ГЛАВА 2. АРХЕТИПИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИХ ПРОГРАММ МИХАИЛА КАЗИНИКА И ЛЕОНИДА КЛЕЙНА	24
2.1 Биографический код Михаила Казиника и Леонида Клейна	24
2.2 Анализ программ Михаила Казиника	25
2.3 Анализ программ Леонида Клейна	40
Выводы по главе 2	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	52
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	54
ЭМПИРИЧЕСКАЯ БАЗА	61

ВВЕДЕНИЕ

Просветительские передачи занимают особое место в массовой коммуникации. Их роль – создание и укрепление духовных и культурных ценностей, повышение общей грамотности и эрудиции населения. Их значимость для массовой аудитории нельзя недооценивать. Просветительские передачи призваны приобщить народ к высокой культуре и науке, научить ориентироваться в сложном научном мире, и, как результат, сделать аудиторию более образованной, а, значит, успешной и счастливой.

Перед просветительскими программами стоит задача – рассказать о сложном доступным языком, так, чтобы не оттолкнуть реципиента, а, наоборот, привлечь его, приобщить к миру прекрасного, развить эстетические чувства, поднять на уровень выше.

К анализу просветительских программ обращались авторитетные российские и зарубежные ученые в области журналистики, психологии, социологии, статистики и так далее. Среди них Т.В. Васильева, В.Г. Осинский, Г.Р. Громов, Э. Дивальковский, Д. Дондурей, С. Жуков, И.И. Засурский, И.Н. Кемарская, Е. Китаева, В.И. Кузин, Г.В. Кузнецов, С. Луконин, Г.С. Мельник и так далее. Эта работа актуальна, так как под выбранным углом зрения (через архетипы) радиoproграммы М.Казиника и Л.Клейна не изучались. Архетипические черты в просветительских передачах помогают аудитории почувствовать себя частью определенной культуры, понять свою близость к той или иной информации, ощутить, что с ними тоже считаются, и они могут разобраться в сложных вещах. Архетипы максимально приближают просветительскую программу к своей аудитории. Они работают на реализацию такой программы.

Объектом исследования являются просветительские программы Михаила Казиника и Леонида Клейна.

Предмет исследования – архетипы в просветительских программах.

Цель исследования – выявить и проанализировать архетипические черты просветительских программ Михаила Казиника и Леонида Клейна.

Для достижения поставленной цели ставятся следующие **задачи**:

- 1) исследовать роль архетипов в массовой коммуникации;
- 2) выработать критерии анализа архетипических черт просветительских программ;
- 3) проанализировать архетипические черты просветительских программ Михаила Казиника и Леонида Клейна.

Методы исследования. Выбор методов исследования обусловлен его междисциплинарным характером (психология + журналистика). В исследовании был использован широкий спектр методов интерпретации: стилистический анализ, метод семантического анализа, анализ архетипических черт. Использовались традиционные методы научного исследования, к которым относятся анализ, синтез и обработки информации.

Методологической базой послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых. В частности, исследования К.Г. Юнга, который разработал теорию архетипов. А также труды Н.В. Ноакк, И.В. Ерофеевой и других ученых, изучавших данную теорию на примере журналистских произведений.

Эмпирической базой исследования стали просветительские передачи Михаила Казиника: «Тайные знаки культуры»: «Крейцера соната» Л. Бетховена, «Семь Свободных Искусств», «Музыка, которая вернулась. Путешествие в мир музыки прошлого», «Линия жизни», которые транслировались на волнах радиостанции «Серебряный дождь» 101.1 FM, а также размещены в сети Интернет и передачи Леонида Клейна: «Зачем читать художественную литературу», «Научная гостиная «Книжная полка Леонида Клейна»», «Зачем взрослым сказки Пушкина?», «Литературный оркестр», размещенные в сети Интернет на сайтах YouTube и других.

В процессе исследования была выдвинута следующая **научная гипотеза**: архетипы в просветительских программах повышают ее информативность и

познавательность. Помогают зрителям лучше понимать содержание таких программ и как следствие вызывают большую заинтересованность.

Новизна исследования состоит в следующем:

- в работе систематизируются архетипические черты просветительских программ;
- уточняются функции архетипов в просветительских программах;
- дан анализ архетипических черт просветительских программ Михаила Казиника и Леонида Клейна.

Практическая значимость исследования видится в том, что работа и ее выводы представляют интерес для журналистов-практиков, так как могут быть использованы для повышения их профессионального мастерства.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка. Первая глава посвящена теоретическому исследованию архетипов в просветительских программах. Во второй главе дан анализ архетипических черт просветительских программ Михаила Казиника и Леонида Клейна.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ АРХЕТИПОВ В ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИХ ПРОГРАММАХ

1.1 Просветительские программы в журналистике

В динамике современного образа жизни большинства из нас, возможность познакомиться с теми или иными интересными для нас событиями существует лишь посредством телевидения и интернета. Причем в последнем именно видеофайлы пользуются огромным интересом. И это естественно, поскольку человек не может лично увидеть, услышать и стать свидетелем тому или иному мероприятию, но он может всегда быть в курсе разнообразнейших актуальных проявлений человечества. А. Князев, в своей работе «Основы тележурналистики и телерепортажа», утверждает, что роль посредника между человеком и культурной жизнью играет телевидение. Трансляция любых культурных мероприятий: спектаклей, концертов, кино и телефильмов, приобщает аудиторию к искусству. Следует признать: для огромного множества людей это едва ли не единственная возможность познакомиться с теми или иными произведениями. В культурно-просветительских программах очень часто присутствует элемент дидактики, назидательности. Задача авторов – сделать его ненавязчивым, предельно деликатным. Просветительские программы – это передачи, которые позиционируют себя как источник знаний не дидактического характера. Они отражают весь спектр культурно-общественной жизни, помогая человеку ориентироваться в культурном пространстве и беря за эталон образцы не «массовой культуры», а традиционной, используя для этого все разнообразие тем и жанров современного телевидения [Князев 2001, www].

Целью просветительских программ является повышение уровня эрудиции зрителей. В основе таких передач лежит научная или научно-популярная тема, вокруг которой строится сам сюжет. Все сведения по теме отличаются

достоверностью и научностью информации, лаконичностью изложения и ясностью сюжета. Таким передачам показан авторский подход и, как правило, ограниченный круг зрителей. Научная информация по теме, обыкновенно подкрепляется комментариями компетентных специалистов из этой же области.

Характерные черты просветительских программ обуславливают их сложность. Перед такими программами стоит непростая задача – привести культурное начало в эстетику новых жанров (например, ток-шоу), поэтому перед создателями данного вида программ стоит особо острая задача продумывания верстки, темы, содержания и формы программ [Березин 2003, www].

Просветительские передачи в истории отечественной журналистики появились практически с начала существования телевидения. Именно поэтому, чтобы дать полную характеристику и определить роль просветительских передач в современной журналистике стоит рассмотреть советскую модель телевидения. Ее всегда называли государственно-монополистической, авторитарной, тоталитарной. Она характеризовалась государственной монополией на телевидение, бюджетным финансированием, полным подчинением телевизионной политики власти имущим, жестким идеологическим контролем. Но, тем не менее, телевидение было призвано обогатить внутренний мир человека. Транслировалось некоторое количество именно просветительских передач [Полуэхтова 1997, с. 62].

В процессе перестройки страны в целом, и телевидения в частности, на новых коммерческих началах большую часть российского эфира заняли развлекательные передачи, без особых нравственных устоев или, наоборот, с устоями западного прагматизма, индивидуализма и откровенной наживы. Преобладающими жанрами подобных передач стали телеигра и телешоу. Преемственную линию публицистичности, нравственных поисков на экране постепенно прекратила проводить даже программа «Взгляд», которая всегда считалась ведущей просветительской передачей [Березин 2003, www].

Под давлением идеологических запретов национальная культура была закрыта для взаимного обогащения культур. В то же время телевидение декларировалось как составная часть духовной культуры общества, поэтому оно стало «важнейшим фактором общественного бытия человека, регулярно передающим ему самую разнообразную информацию, дополняющую его непосредственный опыт, помогающую ему в его познавательной деятельности, влияющую на его мировоззрение и образ жизни» [Ефимов 1981, с. 54]. Развивая интеллектуальные способности человека, воспитывая его этические взгляды и эстетические вкусы, телевидение должно было способствовать формированию основ культурного восприятия мира.

В кризисные годы демократических преобразований, а именно с 1991 по 1997 гг., ситуация кардинальным образом изменилась: телевидение решительно и сознательно отвернулось от своих культурно-просветительских традиций, не вписывающихся в маркетинговые отношения рыночной экономики информационной сферы. Стимулирующими факторами появления тех или иных передач стали рейтинг и реклама. На российских телеканалах четко обозначилась экспансия медийной продукции западного телевидения, с присущей им агрессивной формой навязывания иного образа жизни, нравственные ценности и мораль которого оказались чужды исторической памяти народа [Роженцова 2006, с. 3].

Негативное влияние средств массовой информации на общественное сознание в условиях глобальных социально-экономических изменений заставило рассмотреть деятельность просветительского телевидения как фактор национальной безопасности государства. Так, 9 сентября 2000 года была принята Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. В ней одна из основных составляющих национальных интересов в информационной сфере включает в себя «обеспечение духовного обновления России, сохранение и укрепление нравственных ценностей общества, традиций патриотизма и гуманизма», чему в большей степени должны способствовать просветительские программы.

Достоинства любой телекомпании сегодня основываются на трех «китах». На информационных передачах, на специальных программах – в частности просветительского характера, а также на демонстрируемых фильмах. Необходимый минимум, позволяющий отличить солидную компанию от той, что крутит старые киноленты, обильно перемежаемые рекламой, – это блок собственных информационных программ, как ежедневных, так и недельных [Вартанов 2003, с. 4].

Просветительские традиции обогащаются новаторскими идеями. Сохраняя содержание и тематику программ, которые дают возможность связать культурное прошлое и настоящее, просветительские программы идут по пути обновления изобразительно-выразительных средств и формы подачи материала. В частности, активно внедряются компьютерные технологии, которые позволяют создавать произведения литературы, искусства, архитектуры и так далее компьютерами, когда человек присутствует только в начале процесса – при составлении программы.

С появлением просветительских программ стало возможным говорить о подлинно телевизионных и видео произведениях, которые можно многократно повторять в эфире, а также выкладывать в сеть, предоставляя возможность все новым кругам зрителей приобщиться к художественно-публицистическим ценностям [Новикова 2008, с. 43].

Телевидение, с одной стороны, было частью системы средств массовой информации и пропаганды (СМИП), а с другой – стремилось преодолеть отрицательные стороны массового распространения упрощенных культурных образцов, акцентируя внимание на развитии интеллектуальных способностей человека, воспитании его эстетических взглядов и вкусов. В этом заключалась роль советского телевидения как культурно-просветительского общественного института.

Просветительские и научно-образовательные передачи практически с первых лет советского регулярного телевидения были важной его составной частью. Менялись и обогащались рубрики, появлялись новые жанры передач,

но все годы существования государственного телевидения идея просвещения и обучения, образования масс неизменно оставалась одной из его важнейших функций. Особенно важной эта задача была в первые годы работы регулярного телевидения, когда телевидение передавало в самые отдаленные уголки страны не только официальную информацию советской власти, разъясняло суть правительственных указов и постановлений, но и просвещало население, которое в массе своей было еще малограмотным.

Научно-популярные, образовательные и просветительские передачи готовились на телевидении разными редакциями. Каждая редакция с учетом своей тематики, направления вещания обязательно включала в свое расписание рубрики, циклы передач познавательного, просветительского содержания. Некоторые рубрики были непосредственно призваны способствовать идейному просвещению и коммунистическому воспитанию слушателей. Это относится в первую очередь, к одной из основных передач Главной редакции пропаганды, к «Ленинскому университету миллионов». Эту еженедельную двадцатиминутную передачу-лекцию, которая транслировалась в 18.40 по средам по первой программе, готовили журналисты В. Кучин и К. Воеводина. Освещались темы истории партии, теории марксизма-ленинизма, экономики социализма. По каждому из этих направлений была разработана программа, приглашались к микрофону наиболее авторитетные ученые, специалисты, историки, которые весомо и аргументировано разъясняли, доказывали правильность избранного пути социального развития страны.

Еще одна программа Главной редакции пропаганды, которая соединяла в себе функции общественно-политической передачи, призванной пропагандировать достижения и преимущества советской науки и задачи просветительства в области науки, техники, современных технологий называлась «Наука и техника». В этом еженедельном получасовом журнале обязательно были страницы, посвященные знаменательным и памятным датам истории науки, научным открытиям и их авторам, новинкам техники и изобретательству. Выходила она по субботам в 12.30, а с 1974 г. по вторникам –

в 14.00. Главными авторами и организаторами передачи были журналисты А. Зеленцов и Н. Дорофеева.

В 60-е годы с началом космической эры и огромным интересом к Космосу были связаны серии научно-популярных передач, таких как «Космос» и «На космических орбитах», которые готовил журналист Т. Машкевич. Получасовой «Космос», выходявший один раз в месяц – журнал широкого профиля, знакомил аудиторию со всеми областями науки и техники, связанными с космосом, с достижениями в освоении космического пространства, а в пятнадцатиминутной передаче «На космических орбитах», рассказывалось о работе советских космонавтов, о научных экспериментах в космосе. Выходила она два раза в месяц, в 15.45 по Первой программе.

«Воскресные музыкальные вечера» – популярная музыкально-образовательная передача была ориентирована на более подготовленную в музыкальном отношении аудиторию. Программу вел профессор Московской консерватории К. Аджемов. Его беседы о музыке, всегда очень содержательные и прекрасно иллюстрированные, вызывали всегда хорошую реакцию аудитории. Программы К. Аджемова выходили два раза в месяц в 19.30 на Первой и Третьей программе.

В 70-е годы XX века, в Колонном зале Дома Союзов или большой студии Дома звукозаписей, под формой концертов-лекций проводились «Музыкальные вечера для юношества». Эти музыкально-образовательные передачи предназначались для старшеклассников. Первые вечера проводил их организатор Народный артист СССР композитор Д.Б. Кабалевский, позже их вели музыковеды О. Доброхотова и З. Виноградова. Это были программы, составленные из популярных произведений классической музыки. Исполнял их Симфонический оркестр Всесоюзного радио и центрального телевидения под управлением М. Шостаковича.

Существовала и передача для детей – «В стране музыкальных волшебников», где в игровой форме знакомила свою маленькую аудиторию с основами музыкального искусства. Постоянный персонаж – мальчик Витя

попадал в волшебную страну, где царствовала музыка. Здесь он знакомился с волшебником Полифоном, маэстро Ритмом, Главным хранителем Волшебной фонотеки и другими обитателями необыкновенной страны. Мальчик Витя вместе с юными телезрителями знакомился с различными жанрами музыки, постигали основы музыкального искусства. Передача выходила один раз в месяц в 16.30 по Первой программе.

Воскресная часовая программа «Литературные вечера», знакомила не только с литературными произведениями, новинками прозы и поэзии, но и с новостями литературной жизни, с авторами – писателями и поэтами, интересными и редкими изданиями, страницами истории литературы. В передачу включались репортажи из литературных музеев страны, рассказы о библиотеках, а также о знаменитых личных библиотеках. Эту программу в 1964 г. создал и долгое время вел писатель и журналист Ю. Гальперин, а в 70-е годы авторами и постоянными ведущими были поэт С. Викулов и журналистка С. Давлекамова. Передача выходила по воскресеньям в 20.00 по Первой программе.

«Литература и искусство за рубежом» – литературно-публицистический альманах, знакомящий с зарубежной литературой и другими видами искусства. Передача носила в основном информационно-просветительский характер и, помимо материалов, получаемых из-за рубежа, в альманах включались репортажи, интервью о гастролях, выставках зарубежного искусства в СССР. Альманах выходил раз в месяц по Первой программе. Готовила программу журналист Т. Александрова .

Одной из основных тематических программ литературного вещания, посвященных театральному искусству стал проект «Театр и жизнь». Это ежемесячное обозрение театральной жизни страны описывало новые работы театров Москвы и Ленинграда, гастроли зарубежных театров, знаменательные даты, рассказы из истории театра, театральные мемуары и еще многое из того, что связано с театральным искусством. Постоянным ведущим многие годы с момента создания передачи был В. Комиссаржевский, заслуженный деятель

искусств, великолепный знаток театра. Обозрение выходило по субботам в 19.30.

Цикл передач «Сокровища советского театра» был посвящен истории создания спектаклей, ставших отечественной театральной классикой. В передачах цикла помимо сцен из спектаклей звучали выступления драматургов, режиссеров, актеров, принимавших участие в создании спектаклей, театральных критиков [Ахтырский 2008, www].

Нельзя не упомянуть такие циклы, как «В мире животных», «Клуб кинопутешествий», «Очевидное – невероятное». Существовали рубрики, посвященные занимательным фактам науки («Под знаком пи»), а также прикладным аспектам научных достижений (дискуссии «Новаторы и консерваторы», конкурсы «Ярмарка идей», разбор проектов и наработок рационализаторов и изобретателей «Это вы можете»). Тогда отечественное телевидение еще не знало конкуренции между каналами. Научно-популярные передачи могли рассчитывать на большую и лояльную аудиторию, особенно если их возглавляли такие яркие интересные ведущие, как С. Капица, Л. Николаев, Ю. Сенкевич [Егоров 1999, с. 97].

Таким образом, до 1991 г. научно-популярные передачи шли практически по всем каналам центрального телевидения. С началом реформ в стране научно-популярное вещание потеснили развлекательные передачи. В условиях ослабления контроля за содержанием программ вещания, отечественные телекомпании в погоне за высоким рейтингом, начали предоставлять эфир астрологическим прогнозам, сеансам целителей А.М. Кашпиrowsкого и А.В. Чумака, беседам с ясновидящими, рассказам о сверхъестественных явлениях и прочим псевдонаучным темам.

Вместе с тем на телеэкранах появились зарубежные культурно-просветительские программы, с которыми советский зритель был знаком только понаслышке, в том числе английские «Восхождение человека» и «Цивилизация», выпуски Национального географического общества США. По

спутниковому телеканалу стало возможно принимать «Дискавери», «Энимал плэнет» и другие зарубежные образовательные программы [Егоров 2004, www].

С появлением интернета просветительские передачи стали также выкладываться в сети. Однако, привычка людей смотреть лишь развлекательные шоу, привела к их низкому рейтингу. Только лишь в последние годы просветительские передачи стали набирать большую популярность.

1.2 Архетипы в массовой коммуникации

Согласно К. Юнгу, архетип (от греч. «arche» – начало + «typos» – образ) является структурно-формирующим элементом бессознательного, это некий первообраз, осадок психического опыта всех предыдущих поколений.

Архетипы подразделяются на две разновидности: универсальные и национальные (этнокультурные). Фундаментальные универсальные архетипы запечатлевают общие базисные структуры человеческого существования, позволяют обрабатывать, хранить и репрезентировать коллективный опыт, обеспечивая преемственность и единство общечеловеческого культурогенеза. Этнические архетипы суммируют основополагающие свойства определенного народа как культурной целостности, они обусловлены национальной Моделью Мира, характером и исторической судьбой народа [Юнг 1997, с. 333].

Важно заметить, что первобытные структуры не развиваются индивидуально, а наследуются. Архетипы составляют врожденную часть психики и определяются Юнгом как «заложенные инстинктом устремления» или «априорные врожденные формы интуиции». С инстинктивным началом их роднит типичность, единообразность и регулярность возникающих форм понимания мира. Жизненный опыт конкретного человека не изменяет семантику архетипа, а лишь дополняет относительно новым содержанием.

В чистом виде архетипы, ввиду присущего им бесконечного богатства взаимосвязей, многогранности и многозначности, не познаваемы сознанием, но активно переживаются человеком, являются объектом его пристального внимания и интереса. Обнаружить «осадок психического опыта предыдущих поколений» возможно через его проекцию на внешние объекты. Архетипы активно проявляют себя в неосознанном воспроизведении, именно поэтому в психологии их называют доосознанными, довербальными феноменами, это преимущественно ощущения конкретной личности во время непреднамеренного акта манифестации коллективных представлений.

Проблема репрезентации архетипа в медиатексте основана на знании структурно-содержательных особенностей названного явления. Архетип является гипотетической конструкцией, он, как настоятельно подчеркивает К. Юнг, не некоторые вполне определенные мифологические образы и сюжеты. Из архетипических элементов вырастают образы (людей, животных, природных сил, демонов), которые начинают доминировать в мышлении людей и культуре.

Прообраз представляет собой некую психосоматическую концепцию, объединяющую одновременно тело и психику, инстинкт и образ, поэтому он не может быть передан в логичном, упорядоченном варианте. Пространство архаических представлений обширно и многолико, но при этом несомненна целостность базовой, типовой схемы архетипа. Разрозненные впечатления должны сводиться к универсальному тезису. «Архетип проявляется в тенденции формирования представлений вокруг одной центральной идеи, – пишет К.Г. Юнг, – представления могут значительно отличаться деталями, но идея, лежащая в основе, остается неизменной» [Юнг 1997, с. 66]. Нами в выпускной квалификационной работе под архетипом понимается послание из прошлого, известного аудитории, которое признано дополнить смысловую сторону информации.

Как мы видим, функционирование архетипических представлений в массовой коммуникации – проблема объемная и далеко неоднозначная, но

открывающая вполне явные возможности и преимущества перед создателем журналистского произведения.

1. Архетипы всегда привлекательны для аудитории. Использование архетипа в журналистском тексте позволяет усилить подсознательные впечатления, «всколыхнуть забытые воспоминания». Сакральные образы обеспечивают недостающее звено между мотивацией потребителя СМИ и продажей медиапродукта. Внутреннее поле символа завораживает, его эмоциям и «специфической энергии» противостоять практически невозможно.

2. Архетипы не вызывают отторжения, воспринимаются как знакомый контекст, стимулируя эффект доверия к информационному продукту, так как первообразы представляют собой врожденные идеи, мысленные представления, изначальные, испокон века существующие образы восприятия и действия. Технику введения архетипа в текст называют «приемом суммирования психической энергии». При удачном совмещении эмоционального фона изображаемого события с экспрессией архетипа к энергии медиатекста присоединяется совокупность личных переживаний читателя (слушателя, зрителя), что придает журналистскому произведению дополнительную убедительность и силу. Особенно явным этот процесс становится при культивировании архетипа на протяжении всего материала, то есть, когда архетипические представления становятся идейной канвой текста.

3. Архетипы помогают за минимальное количество времени донести максимум смысла. Удачно воплощенный архетип позволяет ощутить реальность во всем ее многообразии, в мельчайших каплях смысла. Предлагаемый факт превращается в чувственно-интеллектуальную целостность, в которой, несмотря на идейный стержень, существует множество значений

Но следует признать ограниченность прочтения архисимвола аудиторией. Человек опредмечивает архетип относительно своих знаний, жизненного опыта, особенностей характера и темперамента. Один и тот же архетип разными субъектами может трактоваться с теми или иными погрешностями

4. Архетипы не требуют искусных техник по продвижению. Логика архетипического кодирования реципиента проста по форме, но эффективна на практике, она позволяет «разбудить скрытую энергию». В частности, как правило, достаточно упомянуть несколько раз слово архетип, дать иллюстрацию с изображением архетипа, использовать архетип в названии рубрики.

Телевидение, использующее разные знаковые системы, – наиболее благоприятная зона проявления архетипов. Правда, здесь работа с символикой – забота не только журналиста, но и оператора. Можно выделить несколько способов визуального акцентирования внимания на архетипе:

1) показать предмет (архетип) крупным планом – «наезд» от общего или среднего плана к крупному;

2) смена фокуса с одного предмета на другой (при условии противопоставления, когда необходимо сравнить или подчеркнуть отдельные черты нескольких архетипов);

3) панорама от одного предмета к другому – съемку можно замедлить, кадр остановить и так далее.

Наиболее сложный вариант репрезентации первообразов: детализировать семантическое поле архетипа различными композиционными средствами. Данный вариант – редкий инструментарий журналистского творчества ввиду понятных причин, обусловленных оперативным поводом создания медиаматериала.

5. И, наконец, основное преимущество использования архетипов в медиатексте. Первообразы, будучи средством концентрации национальных представлений, при грамотной репрезентации, не влекут за собой деструктивных эффектов воздействия на аудиторию.

Возвращаясь к Юнгу, он выдвинул идею о защитной роли символов – первообразов, которые обладают сакральным началом, определяют жизненный путь человека и являются его внутренним стержнем. Адекватные операции с архетипами в процессе воздействия на аудиторию оживляют сложившуюся

систему ценностей и необходимых для существования святынь. Поэтому активное присутствие ментальных образов в массовой информации является важным условием сохранения самобытности национальной культуры. Но журналист должен понимать: архетип обязан быть устойчивым, непозволительно искажать его структуру. В современных условиях глобальной информационно-психологической войны идет яростный «штурм символов», позволяющий, насколько это возможно, переписать традиционную систему ценностей, заглушить голос национальной картины мира. В политической психологии подобный контроль над умами людей получил название «управляемое социальное развитие», в процессе которого культурное ядро нации нейтрализуют молекулярно – по частям.

Указанный факт еще раз подчеркивает особую ответственность журналиста в работе с архетипами. Но исследования использования прообразов в российских медиатекстах говорит не столько об искусности и профессионализме журналистов, сколько о необратимости функционирования ментальных образов в творчестве. Приходится констатировать, что, как правило, архетипы в тексте – результат элементарной активности сферы бессознательного. Теория и методика же целенаправленного и конструктивного введения в журналистское произведение «коллективных, архаических элементов» – вопрос на сегодняшний день, открытый для серьезного научного исследования [Ерофеева 2009, www].

К.Г. Юнг выделяет следующие типы архетипов:

Архетип мудрец. Его еще называют мыслителем, для которого духовное имеет большее значение, чем материальное. Мудрец спокоен и собран, сконцентрирован. Для него важны аскетизм и простота.

Ярким примером архетипа мудреца в СМИ является использование образа эксперта. Например, выпуски передачи «Школа доктора Комаровского».

Архетип Анима. Это один из архетипов гендера – женская составляющая психики мужчины. Данный архетип Юнга выражает чувства, настроение и порывы мужчины, его эмоции. В нем сконцентрированы все женские

психологические тенденции – быстро меняющееся настроение, пророческие наития, способность полюбить один раз и на всю жизнь. Юнг говорил об аниме как о готовности к прыжку.

В СМИ часто раскрываются различные женские образы. Например, в одном из выпусков ток-шоу «Мужское и женское» раскрывается образ пьющей женщины, ради которой мужчина бросает карьеру. Отметим, что это скорее негативное использование архетипа.

Архетип Анимус. Второй архетип гендера – мужская составляющая психики женщины. Этот архетип по Юнгу производит мнение, тогда как анима – настроение. Зачастую солидные убеждения женщин ни на чем конкретно не обоснованы, но если уж она что-то решила... Позитивный анимус отвечает за прозрение женщины, ее приверженность всяким верованиям. Негативный может толкнуть ее на безрассудный поступок.

Примером использования данного архетипа является информация о том, что подросток спас из воды маленького ребенка. Подросток в данном случае выступает архетипом.

Архетип самости. Юнг считал его главным архетипом – архетипом целостности личности, центрированности. Он объединяет сознательное и бессознательное, нормализуя баланс противоположных элементов психики. Открывая архетипы человека и исследуя другие структуры личности, Юнг и открыл этот первообраз самости, считая его всеобъемлющим. Это символ динамического равновесия и согласия противоположностей. Самость может проявляться во снах в качестве незначительного образа. У большинства людей она не развита, и они ничего о ней не знают. Примером архетипа самости является навязывание внешнего образа, своеобразного эталона красоты. Например, излишняя худоба, которая в некоторых случаях вызывает анорексию.

Архетип тени. Юнг называет его «анти-Я». Это те черты характера, которые человек в себе не признает и видеть не хочет. Архетип тень по Юнгу является темной, дурной, животной стороной личности, которую носитель

подавляет. Это касается неприемлемых обществом страстей и мыслей, агрессивных поступков. Данный архетип пример имеет такой: если по доминантной функции человек чувственный, склонный к сильным эмоциям, то его тенью будет мыслительный тип, который в самый неожиданный момент может проявлять себя как черт из табакерки. Примером архетипа тени являются «кариозные монстры», которые используются в рекламе жвачки.

Тень растет по мере взросления и осознавать ее, все про себя понимать человек начинает на закате своей жизни. Разобраться с тенью можно путем индивидуальной исповеди и в этом отношении очень повезло католикам, в конфессии которых имеется такое явление. Каждый человек должен понимать и разуместь, что в любой момент он готов к дурному поведению и стремлениям [Юнг 1934, www].

Архетип персона. Это маска, которую человек надевает для исполнения определенной роли. Виды архетипов выделяют персону как некую часть психики, обращенную вовне и служащую задачам адаптации. Для маски характерна коллективность, поэтому это элемент коллективной психики. Персона выступает неким компромиссом между индивидуумом и социумом. Надевая на себя маску, человеку легче взаимодействовать с окружающими. Тех, у кого не развита персона, называют бесшабашными социопатами. Но и обратная ситуация нежелательна, так как она губит индивидуальность человека [Юнг 2001, www]. Примером архетипа персоны в СМИ является создание имиджа ведущих ток-шоу. Например, Владимир Соловьев. На передаче он «надевает маску» и выступает связующим звеном между зрителями и его гостями.

Архетип бог. Последователем юнгианского учения является Джин Шинода Болен, которая изучала женские и мужские архетипы в мифологии. К мужским архитипическим образам она относилась следующих Богов:

Зевса – волевого и властного, уверенного в себе.

Гадеса – тихого и загадочного, отстраненного.

Аполлона – зрелого и рационального, обладающего здравым смыслом.

Гефеста – трудолюбивого и сильного.

Диониса – увлекающегося и неконфликтного.

Виды архетипов по Юнгу среди Богов-женщин такие:

Артемиды – сильная и рискованная. Она не терпит ограничений.

Афина – мудрая и волевая, способная отбросить эмоции и анализировать только факты.

Афродита – чувственная и нежная.

Тюфе – противоречивая, стремящаяся объять необъятное, но при этом неспособная предусмотреть последствия своих действий.

Геката – великий мистификатор. Предрасположенные к этому типу часто занимаются оккультными практиками [Болен 2005, www].

В каждом человеке сочетается два-три и более архетипа. Они соперничают друг с другом, превалируют один над другим, управляя своим носителем, определяя область его интересов, направление деятельности, приверженность тем или иным идеалам. Эти Боги возможные модели поведения, но многое будет зависеть от воспитания, способности человека приспособиться, соответствовать и отвечать ожиданиям других. Примером архетипа Бога Гефеста можно считать образ Андрея Малахова.

Архетип матери. Этот архетип двойственный. Он символизирует и начало всего живого и его зло. Стоит отметить, что при любом психотерапевтическом сеансе выступает данный архетип, ведь он является основой всего, что есть в человеке – и хорошего, плохого. Обращение к матери способно понять и решить многие проблемы. Но стоит учитывать и то, что данный архетип символизирует семью, социальное окружение. То есть проблемы с матерью негативно влияют также и на эту часть жизни человека. И каждая личность подсознательно понимает это.

Архетип ребенка. Данный архетип необычный, часто можно встретить его сравнение с чем-то божественным. И это не зря. Ведь в ребенка заключается одновременно и великая сила, мощь и в тоже время слабость. Ведь ребенок по своей сути является беззащитным, но с другой стороны для него

характерна потрясающая живучесть. Сознание носителя может разрываться различными противоборствующими тенденциями, но вспыхивающий архетип ребенка их объединяет. Очень часто на телевидении можно увидеть кадры, на которых женские руки держат ребенка [Юнг 1996, www].

Архетип ведьмы. Это самый инстинктивный прообраз, символизирующий потребность в познании и ведении. Такая женщина может интересоваться тайнами бытия, религией и эзотерикой. Она окружает себя оберегами, носит амулеты и нередко татуировки. Для носителей такого архетипа характерна высокоразвитая интуиция. Примеры архетипов по Юнгу включают Мери Поппинс. Данный прообраз продемонстрирован и в фильме «Муза». Так называют светлую сторону ведьмы. Темная сторона проявляется в способности интриговать и соблазнять, хитрить, руководить, вызывать желание.

Архетип шута. Это самый забавный архетип, он креативен и творчески развит. Часто смотрит на вещи под нестандартным углом, он всегда выходит за рамки общепринятого. Его особенность заключается в том, что он легко относится к жизни, быстро отпускает все ситуации, он не подвержен депрессии и апатии. Жизнелюбив и оптимистично настроен. Его можно сравнить с лучом света, который дарит тепло и надежду всему, что его окружает. К нему тянутся другие люди. Он привносит хаос в упорядоченный мир и делает мечту былью. Для него характерны импульсивность и спонтанность, игривость, которую человек мог позволить себе лишь в детстве.

Архетип шута помогает людям выходить сухими из воды, выкручиваться из самых сложных ситуаций. Они открыты и приветливы, и способны даже самую рутинную и скучную работу превратить в творческий процесс, внести нотку задора и веселья. Яркий пример – Семен Семенович в фильме «Бриллиантовая рука». Чарли Чаплин и смешная девочка Тося из фильма «Девчата» также являются яркими представителями шута [Юнг 1934, www].

Таким образом, архетипы имманентны массовому бессознательному и, как следствие, часто используются в массовой коммуникации. Они призваны

привлечь внимание аудитории, вызвать эмоциональную реакцию, а также ярче и доступнее донести основную информацию.

1.3 Критерии анализа архетипических черт просветительских программ

В ходе исследования были разработаны критерии для анализа архетипических черт просветительских программ.

В первую очередь, необходимо дать краткую характеристику анализируемой программы. Определить ее основную тему, цели и задачи. Данная информация позволит определить роль архетипов в их реализации.

Вторым критерием является выделения архетипических черт целевой аудитории, на которую рассчитана просветительская передача, ведь архетип не всегда может быть явно виден и лежать на поверхности. Но он всегда должен быть понят.

Третьим критерием будет вид юнговского архетипа.

Последний, четвертый критерий предполагает анализ реализации функций использованных архетипов. Функции это должны соотноситься с функциями просветительских программ и дополнять их.

Таким образом, предложенные четыре критерия позволят сделать анализ архетипических черт просветительских программ.

Вывод по 1 главе

Просветительские программы – это передачи дидактического характера, которые направлены на привитие духовных и культурных ценностей народа. Они призваны привить аудитории чувства прекрасного, научить

ориентироваться в культурной и научной среде, а также повысить общую грамотность и эрудицию народа.

Просветительские передачи берут свое начало со времен появления телевидения. В советскую эпоху создавалось множество просветительских передач. Однако со времен перестройки их количество начало заметно сокращаться. Их место заняли передачи развлекательного характера. Несмотря на это, в последние годы интерес к просветительским передачам вырос. Доступ к ним стал свободным и практически не ограниченным, поскольку много подобных передач выкладывается в сеть. Существуют даже целые каналы, транслирующие просветительские программы. Так, очень популярны РАНХиГС, Рау Телестудия, канал Телеканала Культура на Youtube, Серебряный дождь и другие.

При подготовке просветительских передач авторы зачастую осознанно или неосознанно обращаются к архетипам, которые помогают донести информацию до аудитории на более высоком уровне. Благодаря использованию архетипов, передача становится более привлекательна для аудитории, воспринимается ею, как нечто знакомое и близкое, увеличивается ее информативность, раскрываются дополнительные, более глубинные смыслы. Другими словами, архетипы помогают реализовать функции (повышение эрудиции населения, эстетическая) просветительской передачи.

Для анализа архетипических черт в просветительских передачах в этом исследовании был выработан ряд критериев. В частности, необходимо охарактеризовать передачу, выделить архетипические черты, определить их тип и способы реализации основных функций.

ГЛАВА 2. АРХЕТИПИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИХ ПРОГРАММ МИХАИЛА КАЗИНИКА И ЛЕОНИДА КЛЕЙНА

2.1 Биографический код Михаила Казиника и Леонида Клейна

Михаил Семенович Казиник — советский, белорусский, российский и шведский скрипач, лектор-музыковед, искусствовед, педагог, культуролог, писатель-публицист, поэт. Автор и ведущий оригинальных музыкальных и искусствоведческих программ, популяризатор классической музыки.

Михаил Семенович Казиник родился 13 ноября 1951 года в Ленинграде в еврейской семье. После событий августа 1991 года (августовский путч) принял решение переехать в Швецию на постоянное место жительства. Является автором и ведущим культурологических передач на российский радио- и телеканалах. В частности, «Музыка, которая вернулась» на радиостанции «Орфей», «Тайные знаки культуры» на радио «Серебряный дождь», «Ноты, которые изменили мир» на телеканале «Дождь», «Нетипичный формат» на радио «Голос России».

Михаил Казиник периодически выступает с лекциями, концертами и творческими вечерами в разных странах мира: в России, Белоруссии, Украине, Латвии, Скандинавских странах, Германии, Голландии, США

Леонид Клейн – российский филолог, писатель и журналист, просветитель. Список книг Леонида Клейна представлен циклом тематических лекций, которые посвящены людям культуры и искусства, писателям, их известным произведениям. Оригинальная трактовка темы, увлекательная и неординарная подача материала уже сформировали круг поклонников творчества Клейна. В перечень входят десятки популярных бесед, в том числе:

- «Я вас любил. Шедевры любовной лирики»;
- «Лев Толстой. Анна Каренина. Грамматика нелюбви»;
- «Лирика Маяковского: поэзия несовместимая с жизнью»;

- «В Питере – жить. Сергей Шнуров и петербургский текст русской литературы».

Таким образом, Михаил Казиник и Леонид Клейн являются яркими представителями современного просветительства. Своими открытыми лекциями они доносят сложные культурологические и литературоведческие постулаты простым языком до широкой аудитории.

2.2 Анализ программ Михаила Казиника

Для анализа архетипических черт просветительских программ Михаила Казиника мы выбрали программы из радиоцикла «Тайные знаки культуры»: «Крейцера соната» Л. Бетховена», «Семь Свободных Искусств», «Музыка, которая вернулась. Путешествие в мир музыки прошлого», «Линия жизни».

Задача, которую ставит перед собой Михаил Казиник при создании любой просветительской передачи – это популяризация классической музыки. Он хочет достучаться до каждого человека, показать всю красоту и гармонию классической музыки, показать ее глубинные смыслы, тем самым обогатив духовный мир слушателя. Однако сделать это очень непросто. Для того, чтобы раскрыть всю палитру эмоций классической музыки, ее экспрессию перед простым человеком, нужно достучаться до его подсознания, ведь ее понимание кроется именно там. Нужно перенести всю эту информацию в сознание. Михаил Казиник использует эффективный способ – архетипы. Именно они помогают сложные вещи сделать простыми для понимания, посмотреть на них через призму собственного мировоззрения.

Интересным является тот факт, что сам автор передачи Михаил Казиник существует в амплуа мудреца. Он знаменитый музыкант, который занимается популяризацией классической музыки, является авторитетом в вопросе теории искусства. Опыт его работы, образование, достижения позволяют делать анализ музыкальных произведения знаменитых композиторов, высказывать свое

мнение. Другими словами, амплуа ведущего - самый первый архетип мудреца – это и есть Михаил Казиник. Стоит обратить особое внимание на речь автора, она переполнена эпитетами, метафорами, что делает ее необычайно красивой и понятной. То есть музыковед говорит доступным языком о сложных вещах. М. Казиник является мастером слова. Слушая его лекции наслаждаешься самим языком, построением предложений, начинаешь чувствовать музыку, понимать ее значение, красоту и величие. В этом проявляется архетип мудреца.

В самом начале выпуска, формируя контекст, М. Казиник обращается к еще одному архетипу мудреца. «Кто не знает Циолковского?» – говорит культуролог [Казиник 2015, www]. Он называет его «нелюдимым, странным чудачком», при этом подчеркивая гениальность. Данный архетип приводится в качестве авторитетного мнения. Действительно, этого ученого самоучку знают многие, многие им восхищаются и воспринимают на веру все, что он говорит, а, значит можно доверять и тому, что он говорит о музыки.

Следующим «мудрецом», к которому обращается М. Казиник, является Лев Толстой. Этот писатель заслужил авторитет многих людей не только своими творческими трудами, но и образом жизни. Он олицетворяется с простым близким к народу человеком. Более того, М. Казиник делает акцент на том, что его рассказ, посвященный «Крейцеровой сонате», был запрещен не только на территории нашей страны, но и в Америке. Значит Лев Николаевич Толстой, по мнению самого М. Казиника, который также выступает мудрецом, написал правду, которую хотели скрыть. При этом, чтобы показать авторитет писателя М. Казиник отмечает, что «этот уникальный гений» любил музыку «интимно и горячо и одновременно ненавидел ее». Культуролог описывает, что Л. Толстой плакал, когда играл «Крейцерову сонату». Вот какое сильное впечатление она произвела на него. Это сравнение приводится для раскрытия данного архетипа: он мудрец, но чувственный, понимающий, умеющий сопереживать. Михаил Казиник использует механизм синестезии, то есть позволяет ощутить и осмыслить глубину не только писательского таланта Льва Толстого, но и его музыкальной предрасположенности.

При этом Лев Николаевич Толстой всегда ненавидел музыку, потому что простой мужик не понял этой дивной музыки. Сказал, что не нравится потому, как «петь под нее нельзя, а танцевать несподручно». Здесь на первый план выходит архетип анимус. Вот он типичный русский мужик, которого интересуют лишь низменные желания: что поесть, что выпить, нужно и мало-мальски развлечься, спеть да станцевать. Все, на этом круг интересов заканчивается. Простой русский мужик – анимус, выступает авторитетом для мудреца, имеет на него влияние. В этом случае показана вся сила воздействия архетипа анимуса. Казалось бы, умный человек, гений Л. Толстой, а поддался мнению человека без образования, с низменными интересами. На примере, Л. Толстого, который считал, что прав тот, кто возделывает хлеб, М. Казиник показал силу влияния архетипов на сознание. Л. Толстой был истинным творцом, человеком уникальным, сформированной личностью с огромной душой, а потому и смог прочувствовать всю красоту сонаты Бетховена. Но при этом не смог остаться верным себе, своим чувствам. Архетип анимус оказался сильнее архетипа мудреца. А все потому, что анимус находится как бы ближе к народу, чувствуется в нем что-то родное, своей, близкое. В этом заключается гениальность и одновременно с этим безумство Льва Толстого.

В данной программе М. Казиник упоминает Наполеона, как отличного руководителя, стратега и полководца, а, значит, авторитета. Также он упоминает и самого Крейцера, как великолепного музыканта, который, кстати, никогда не играл сонаты, он играл этюды. Но эти этюды произвели огромное впечатление на самого Бетховена, великого музыканта, поэтому он и написал сонет в его честь. Такие отсылки даны автором передачи целенаправленно, чтобы подчеркнуть всю значимость данного музыкального произведения. Кроме этого, таким образом он пытался усилить архетип мудреца. То есть, чтобы противостоять одному анимусу М. Казиник делает несколько отсылок к мудрецу. И благодаря уникальному интеллекту культурологу удалось сделать, казалось бы, невозможное: в одной передаче у него прекрасно «уживаются» вместе люди разных эпох, разных культур. Здесь встречается и Наполеон, и

Толстой, Бетховен, и Крейцер. Все вместе они объединяются для того, чтобы донести до слушателя всю красоту классической музыки, показать ее необыкновенность. Такое уникальное сочетание архетипов дает возможность почувствовать силу и величие музыки, ее значимость для всего человечества.

Очень интересно М. Казиник представил музыку в своей передаче. Для ее описания, он использовал архетип анима. Это образ женщины. Настоящей женщины. Той, которая «заставляет забыть себя, понять то, чего не понимаешь, сделать то, чего не умеешь...». М. Казиник не скрывает, что и сам боится настоящей музыки из-за этого ее влияния. Это типичное представление мужчины о женщине, великой, роковой женщине. Не зря культуролог пытается показать музыку именно в таком свете. Настоящей женщиной восхищаются абсолютно все, вне зависимости от пола, возраста, национальности, образования и так далее. И влияние таких женщин известно всем. Это близкий образ русской душе. Каждый слушатель вложить что-то свое в понимание и представление такой женщины, но он однозначно поймет представленный архетип. И этот архетип заставит его восхищаться музыкой. Классической музыкой. Которая также способна влиять на судьбы людей, менять их жизни, заставлять чувствовать, любить, желать...

Анализируя особенности использования архетипов, стоит отметить, что Михаил Казиник воспринимает мир как философ. Он исследует его в целостном виде через призму культуры. Его богатейший интеллект позволяет соединять несоединимое. Именно поэтому в рамках одной программы у него появляется и Наполеон, и Толстой, и Бетховен, и Крейцер, и влюбленная женщина. Это образы, которые, казалось бы, практически не связаны между собой умело соединены в программе и работают на реализацию ее замысла.

Описывая тот самый, запрещенный рассказ Л. Толстого М. Казиник вновь обращается к архетипу анимус. Главный герой Познышев является блудником, но при этом страстно желающим семью. Он описывается, как типичный холостяк, человек, который не обременен дополнительной ответственностью. Этот мужчина является внутренне свободным, он не зависит от чужого мнения.

Он уверен в своей привлекательности, а потому и так тщательно выбирает себе жену. Он выбирает идеальную. У него сложился в голове определенный образ семьи, но вот неизвестно осознает ли он в полной мере, что после женитьбы ему нужно будет взять ответственность за жену, за семью, за детей. Окружающие люди зачастую считают холостого мужчину безответственным, ребенком в душе. Такой образ традиционно сложился в головах людей, он является типичным для холостого мужчины.

Но позже Познышев (анимус) встречает женщину, ради которой готов отказаться от своей привычной жизни. Здесь вступает архетип матери, который олицетворяет начало всего. В данном случае начало семьи. А семья является началом новой жизни, как принято говорить, это новая ячейка общества, в которой складываются свои традиции, система ценностей, приоритеты и так далее. По сюжету жена рождает Познышеву пятерых детей. В народном сознании – это идеал семьи. Женщина считается счастливой, если имеет мужа и много детей. Значит Бог наделил всем и умом, и красотой, и здоровьем. Архетип матери является сильнее архетипа анимуса, он может в корне изменить его. Превратить в безответственного мужчину в примерного семьянина.

Но не все так просто в этой семье. Как и в любой другой есть свои проблемы, который понимает, практически каждый семейный человек. Общение со временем сходит на нет, теряется общность интересов, супруги начинают ненавидеть друг друга. Подобная ситуация происходит не в каждой семье, но встречается очень часто. Люди не живут вместе, а сосуществуют, не любят друг друга, а просто терпят. То, что должно было вначале изменить все к лучшему, изменить негативный архетип анимуса, меняется в худшую сторону. Семейное счастье, любовь разбивается о рутину, быт. С этим сталкиваются многие семьи России. Однако выход есть всегда. И в данном случае он тоже нашелся.

Все меняет музыка, вновь она выступает как архетип анима. Как нечто прекрасное, которое все преобразует на своем пути, заражает счастьем,

радостью, вызывает блеск в глазах, дарит надежду на счастье, на то, что не все в жизни еще потеряно. Но рядом с ней, с музыкой, с прекрасной анима, становится и анимус в лице Трухачевского, который играл вместе с женой Познышева сонату Бетховена. Музыка и Трухачевский возвращают женщину к жизни и дарят ей любовь. Только вместе мужское и женское начало делают невозможное – дарят новую жизнь. Архетип анима в представлении М. Казиника является довольно-таки сильным, способным изменить жизнь к лучшему, принести положительные перемены. Но больших результатов можно достичь только лишь при партнерстве с архетипом анимуса, то есть мужчины и женщины. Вместе эти два архетипа способны принести счастье, любовь и гармонию в жизнь.

Рассказ заканчивается тем, что Познышев на почве ревности убивает свою жену, хотя мы четко видим, что измены не было. Это также типичный архетип анимус. Разрушительный анимус является сильнее чувственного дуэта анимуса и аниме.

Другими словами, из данной лекции мы вновь приходим к пониманию того, насколько силен анимус: вначале он превосходит в силе мудреца (Толстой – простой мужик), а после тандем анимус-аниме (Трухачевский-жена Познышева).

Таким образом, М. Казиник в передаче «Тайные знаки культуры»: «Крейцера соната» Л. Бетховена» 5 раз обращался к архетипу мудреца, три раза к анимусу и по одному разу к анима и матери. Для наглядности представим полученные данные в виде диаграммы – Рисунок 2.1.

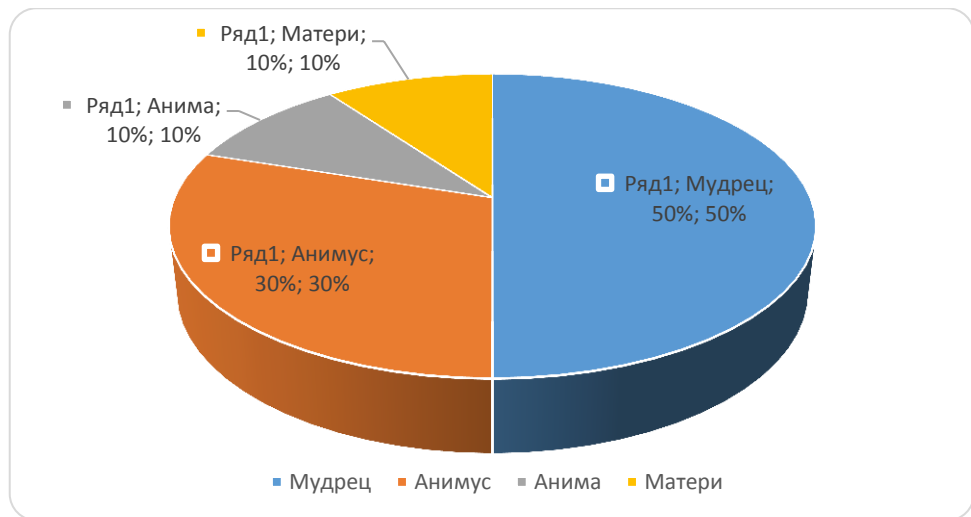


Рисунок 2.1. – Частота использования архетипов в передаче М. Казиника «Тайные знаки культуры»: «Крейцера соната» Л. Бетховена»

В передаче «Семь Свободных Искусств» М. Казиник вновь обращается к архетипу мудреца [Казиник 2014, www]. Он приводит пример Эйнштейна, как великого гения, который пытался доказать «теорию Бога». Также М. Казиник в качестве людей, которые смогли выстоять против навязывания обществом потребительских потребностей, которые открыли для себя тайну культуры и смогли познать свое истинное предназначение, как людей с сильной волей, Пушкина, Пастернака, Баха, Омар Хайяма, Канта, Сковороду, Петрарку. По его мнению, на этих людей нужно равняться, своим творчеством они помогут стать действительно человеком, а не потребителем, человеком с глубоким внутренним миром, который сможет высказать свои мысли, «общаться с этим миром». При этом стоит отметить, что архетип мудреца не зависит ни от национальности, ни времени жизни, ни от места жительства, ни от языка, на котором он творил. Здесь важно другое, важное понимание культуры, традиций, общности – в этом заключается истинная мудрость. Мудрец не измеряется богатством материальным, а только лишь духовным. Архетип мудреца представлен М. Казиником образом, который способен мыслить на более «высоком» уровне, который имеет духовное богатство. Только такой человек, по мнению М. Казиника, будет свободен от низменных желаний,

сможет освободиться от того, что навязывает общество, а именно постоянного потребления.

Кроме архетипа мудреца, М. Казиник обращается к архетипу матери. При этом архетипом матери изоморфен музыке и риторике. По его мнению, эти искусства должны сформироваться в нас. В качестве примера, он приводит ребенка, который входит «в мамин животик, как барокамеру и формируется там 9 месяцев». То есть, как мать является началом всего, началом жизни, так и музыка, и риторика должна созреть в наших головах и сердцах. Архетип матери – это то, что дано нам свыше, то что нельзя купить, но можно развить в себе путем постоянного развития. В данном случае архетип матери тесно связан с архетипом мудреца. Формируя в себе зачатки высоких чувств, понимания искусств, вырастает мудрость и понимание этого мира, появляется счастье.

Итак, в данной передаче М. Казиник обращался к двум архетипам: мудрецу и матери. При этом архетип мудреца встречается 8 раз, а матери – один. Для наглядности полученные данные представим в виде диаграммы – Рисунок 2.2.

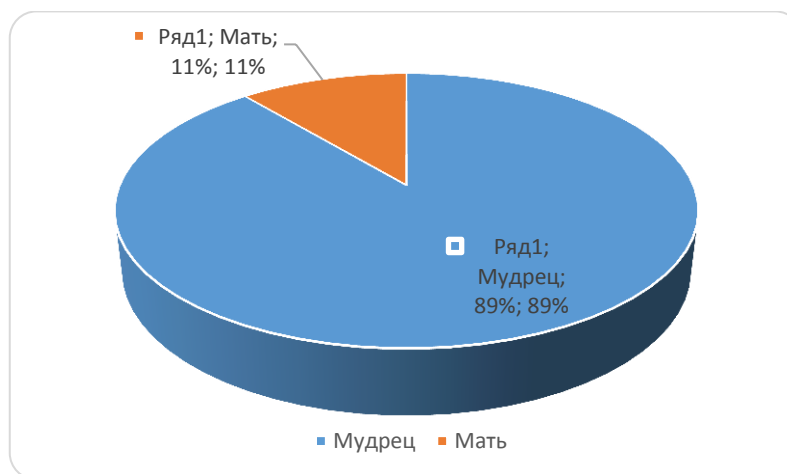


Рисунок 2.2. – Частота использования архетипов в передаче М. Казиника «Семь искусств»

Далее рассмотрим анализ передачи «Музыка, которая вернулась. Путешествие в мир музыки прошлого» [Казиник 2016, www]. В этой передаче

М. Казиник вновь обращается к архетипу мудреца. В самом начале выпуска он цитирует знаменитого писателя Экзюпери, который утверждал, что музыка, написанная в XV веке, сможет показать, насколько человечество стало примитивнее. М. Казиник обращается к писателю, как к человеку искусства, способного творить. Используя данный архетип М. Казиник показывает значимость классической музыки, ее необходимость для современного человека. Подобное обращение говорит о том, что современному человеку есть куда расти, в каком направлении развиваться. Обращение к архетипу мудреца призывает к формированию мудрости в себе, к внутреннему развитию, то есть порождению обновленного архетипа мудреца.

Кроме этого, архетип мудреца можно наблюдать, когда М. Казиник рассказывает о пользе классической музыки. Он ссылается на врачей, которые утверждают, что «для здоровья полезно слушать музыку, написанную 300-400 лет назад. Потому что жизнь поменялась, а организм – нет». Он приводит заключения специалистов, что современный ритм жизни не является естественным для человеческого организма, ускоренный пульс приводит к развитию сердечно-сосудистых заболеваний и так далее. Насколько увеличился ритм жизни М. Казиник доказывает примерами конкретных произведений. Данный архетип помогает популяризировать классическую музыку, а, значит, достичь основной цели просветительских передач автора. Врачи являются авторитетами, специалистами, мнению которых, стоит доверять. А тем более, когда их слова подтверждаются яркими примерами – музыкальными произведениями.

Кроме этого, в данной передаче М. Казиник использует архетип ребенка. Дети настолько сильны, хоть и беззащитны, что, благодаря им появились новые стили музыки. В частности, по словам культуролога, Доменико Сколоти, разрабатывая упражнения для детей, которые смогли помочь им полюбить музыку и освоить все тонкости этого искусства, стал родоначальником всех музыкальных стилей. Именно дети подтолкнули его к такой работе, которая сыграла решающую роль в развитии музыки. Дети ассоциируются с чем-то

чистым, невинным. Обращение к подобному архетипу вызывает доверие у слушателей.

Также М. Казиник обращается к архетипу шута. Говоря об Антонио Вивальди, он называет его «рыжим попом». Но рыжим не из-за цвета волос (ведь мужчины тогда носили парики, и никто не знал какой у Вивальди был цвет волос), а потому что рыжим в Италии тех лет называли шутников. О том, что Вивальди был шутником, говорит и его музыка. В подтверждение этому М. Казиник играет одно из произведений Вивальди. Шутки и смех всегда способны разрядить обстановку, переключить внимание. Более того, смешное и интересное запоминается лучше. Потому обращение к архетипу шута в данной передаче призвано привлечь дополнительное внимание слушателей, вызвать положительные эмоции, а, значит, и расположить к себе аудиторию.

Описывая музыку Вивальди, М. Казиник тоже обращается к архетипу Бога. Во-первых, потому что Антонио Вивальди был священником. И как он сам говорил, что его музыку дает ему Бог. Хотя за эту музыку преследовала инквизиция, но в результате сан священника помог ему уберечься от страшной казни. Во-вторых, потому что после смерти Вивальди о нем совершенно забыли. Он «воскрес» 200 лет спустя после страшных событий Второй Мировой войны. Именно в этот период человечество потеряло себя, забыло о гуманизме. Люди знали запах крови. Они были потеряны и ожесточены. И вот в этот период, когда человечество нуждалось в Вивальди, он «заговорил». Он подарил людям веру в возможность возрождения. К слову, после войны Вивальди был самым исполняемым композитором. Архетип бога – это святое, та истина, которую не нужно доказывать. Даже те люди, которые не верят в бога, все же испытывают уважение или страх перед Ним, потому такое обращение призвано показать истинность классической музыки, ее высокую ценность и значимость для каждого человека. Это то, что пришло к нам свыше, то, что дано самим богом. А значит уже не вызывает дополнительных споров в своей необходимости.

Итак, в данной передаче М. Казиник обращался дважды к архетипу мудреца и по одному разу к архетипам ребенка, шута и бога. Для наглядности полученные данные представим в виде диаграммы – Рисунок 2.3

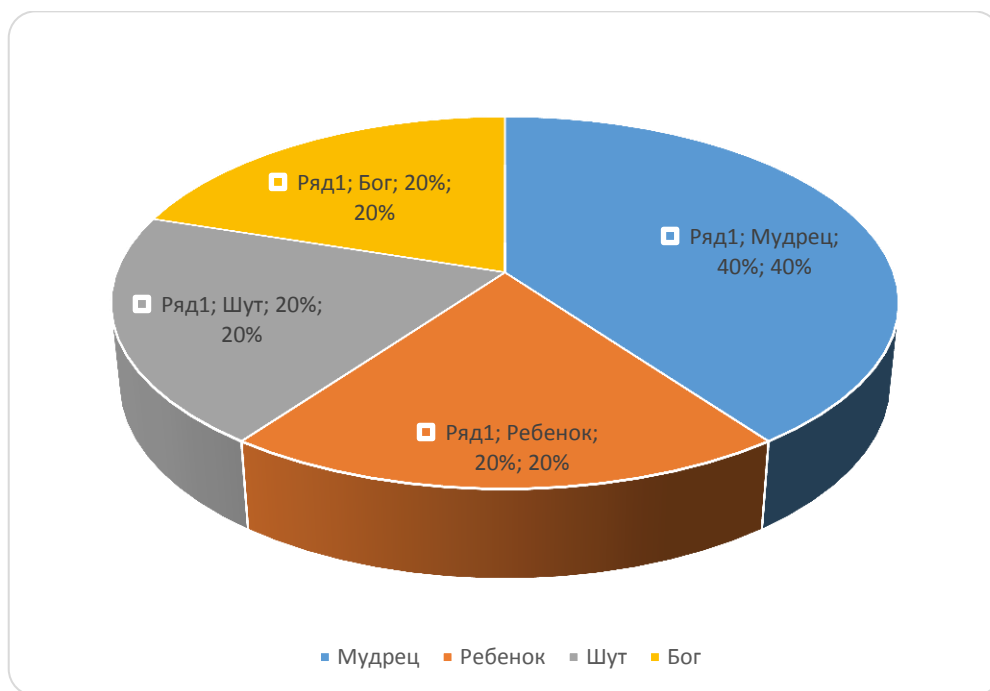


Рисунок 2.3. – Частота использования архетипов в передаче М. Казиника «Музыка, которая вернулась. Путешествие в мир музыки прошлого»

Также в рамках данной работы мы проанализировали просветительскую передачу М. Казиника «Линия жизни» [Казиник 2018, www]. В самом начале выпуска культуролог обращается к архетипу тени, рассказывая о дате своего рождения (13 ноября). Он обращается к суеверию, приводит пример, что даже мать просила в роддоме записать ребенка 12 числом. Это цифрой он поднимает на поверхность весь ужас, который таится в сердцах большинства простых людей при упоминании цифры 13. Тем самым он заставил сосредоточиться на своих словах большинство слушателей, привлек их внимание к своей речи. Даже если человек не суеверный он все равно начинает ловить каждое слово М. Казиника, потому что где-то глубоко, в подсознании заложено опасение или даже страх перед чертовой дюжиной.

Однако, ему тут же удается развеять всеобщее напряжение, рассказом о своем счастье. Он преподал его как контраст к напряжению и негативному влиянию числа 13. Тем самым М. Казиник задал прекрасное настроение для восприятия его лекции.

Далее уже традиционно культуролог обращается к архетипу мудреца. В его передачи звучать имена Станиславского, Чехова, Данте, Бальзака, Козьмы Пруткова.

Также используется архетип шута. Он разъясняет почему чеховская «Чайка» считается комедией. Он называет это креативностью, абсурдом человеческой жизни, неким символом.

Конфликт отцов и детей он показывает, используя архетип Аниме. Это помогает ему раскрыть образ матери, молодость которой прошла под песни Аллы Пугачевой, а также образ дочери, взбалмошного подростка, которая растет по Леди Гагу. Он показывает образ двух женщин разных поколений, которые совершенно не понимают друг друга. Такое противопоставление знакомо многим потенциальным слушателем М. Казиника, а это значит, что они примут эту информацию, проникнутся ею до глубины души, согласятся с ним и поймут то, что он хочет донести. По мнению самого М. Казиника примирить два поколения может только музыка Баха, поскольку она вне времени, вне моды, вне поколений. Эту музыку способен понять каждый. И преподносит всю эту информацию в тот момент, когда люди уже поверили в правдивость его слов, осознали их суть. А это значит, что они теперь согласятся, что музыка Баха – творит чудеса и она действительно способна уладить конфликт поколений.

Кроме этого, М. Казиник использует архетип самости. Он рассказывает, как развивался Витебск, по его словам, там строились дворцы. Он сравнивает Витебск и Санкт-Петербург. И именно дух Витебска М. Казиник старается передать в своих лекциях.

Также М. Казиник использует архетип персоны. Он сам надел на себя маску маленького мальчика, которые читает детям сказки Пушкина. Он сделал

это для того, чтобы показать, как нужно сыграть обиду, чтобы избавиться от головной боли. Также это можно считать демонстрацией того, что в каждом слове русской классике лежит музыка, ритм. И вот надевая маску 4-летнего мальчика М. Казиник показывает, восприятие ритма и художественно произведения по-детски, но с глубинным смыслом. Он называет свои уроки не уроком музыки или литературы, а уроком мира, формирования подлинного мировоззрения. М. Казиник открыто говорит о пользе информации, которую пытается донести. В этой лекции он позиционирует себя через архетип персоны.

Для реализации замысла М. Казиник также использует архетип матери. Он противопоставляет свою заботливую, любящую мать, матерям, у которых дети растут, как трава. Именно такие дети попадают в тюрьмы. И М. Казиник утверждает, что не они виноваты в том, какие они стали, а виноваты их матери, которые не уделили им должного внимания, заботы, нежности, ласки, любви. Это брошенные дети, даже при живых родителях. М. Казиник утверждает, что ему повезло с мамой, поэтому он стал таким. Благодаря использованию такого архетипа культуролог пытается достучаться до сердца каждой женщины, воспитывающей детей. Он не теряет надежду, что Россию, великую державу можно поднять на более высокий культурный уровень. Все зависит от нас самих, от того, что женщины дают своим детям и как их воспитывают. В термин воспитание он вкладывает именно чувство любви к ребенку. Вот такой архетип любящей матери проходит красной нитью через всю лекцию М. Казиника.

Прибегает в данной передаче М. Казиник и к архетипу ребенка. С одной стороны, он показывает ребенка, который попал в тюрьму, которого он называет отпетым вором, рецидивистом. И этот жестокий мальчик, вдруг говорит: «У меня дома был баян. Мне мамка купила и сказала: «Играй!» А я не играл. Вот если бы играл, никогда бы сюда не попал». В данном случае мы видим, что дети бывают разные и даже если создается видимость того, что ничего наивного и непосредственного в ребенке не осталось – это не так.

Просто ему пришлось спрятать все это по разным причинам. Многие жители России видели жестоких детей, которые не уважают взрослых, воруют, дерутся, но при этом ни все равно остаются детьми. Просто к ним нужно найти подход. Они не виноваты в том, что они стали такими. В этом виновата жизнь, обстоятельства, родители. Как противоположность этим детям, выступают дети из Минска, с которыми занимался М. Казиник. Они приходили к нему в 6-летнем возрасте и 10 лет упорно работали. За это время они начинали играть на музыкальных инструментах, писать собственные стихотворения и декламировать их с большой сцены. Это долюбленные, доласканные дети, которым было уделено должное внимание.

Таким образом, в анализируемом выпуске просветительской передачи М. Казиник обращается 5 раз к архетипу мудреца, дважды к архетипам анима, ребенка и матери и по одному разу к архетипам персоны, самости, тени и шута. Для наглядности полученные результаты представим в виде диаграммы – Рисунок 2.4.

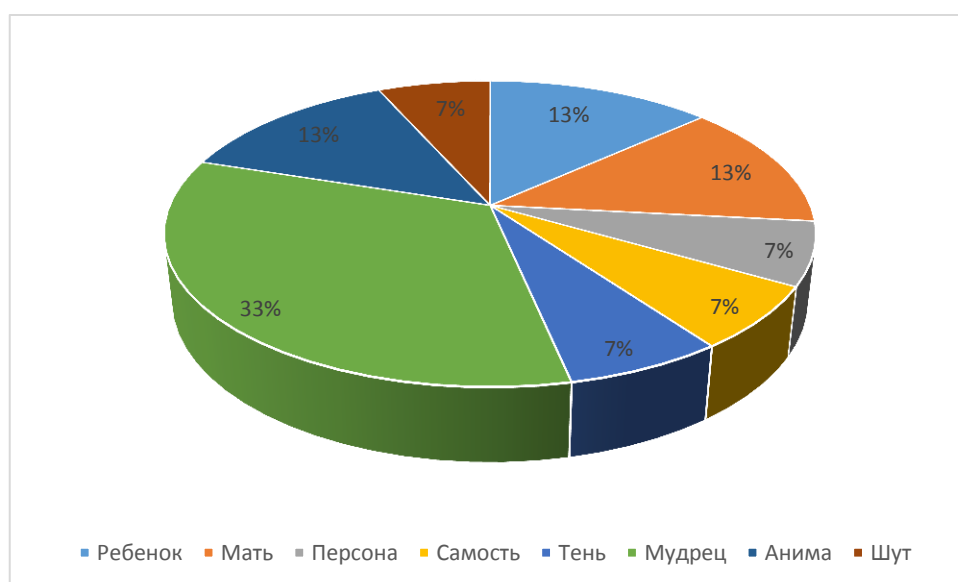


Рисунок 2.4. – Частота использования архетипов в передаче «Линия жизни» М. Казиника

В рамках данной работы были проанализированы архетипические черты просветительских передач М. Казиника на примере четырех вышеуказанных. Полученные данные представлены в виде диаграммы – Рисунок 2.5

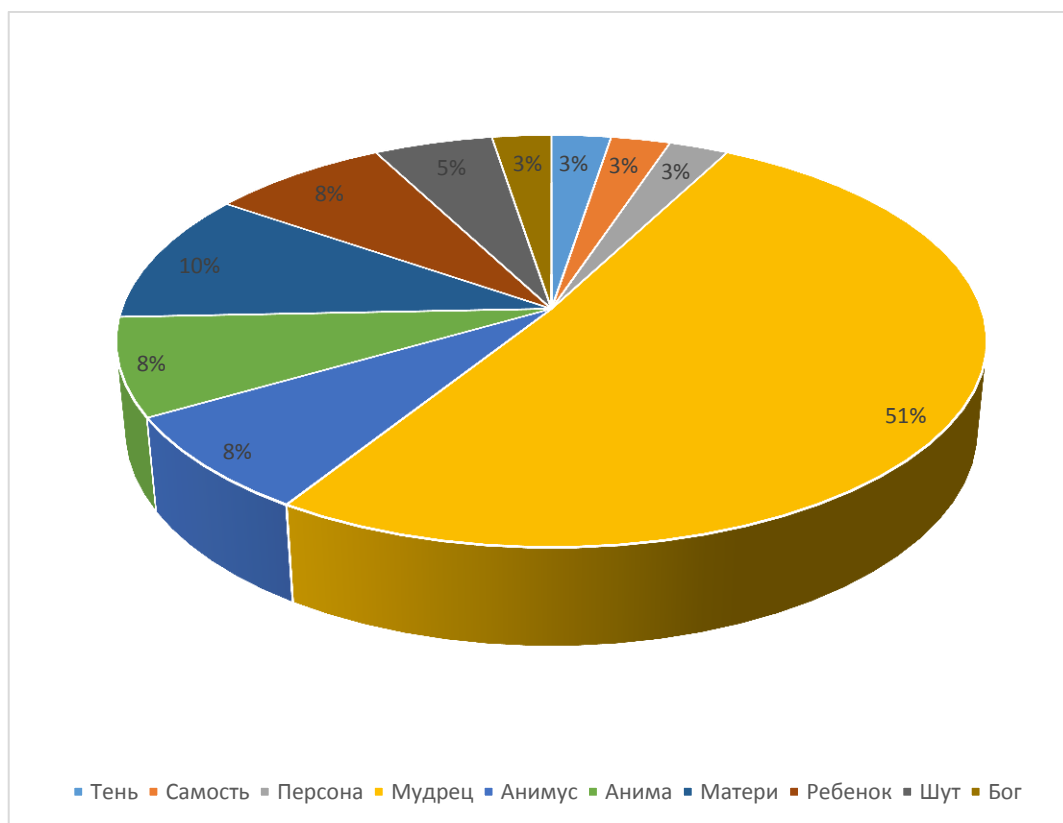


Рисунок 2.5. – Частота использования архетипов в просветительских передачах М. Казиника

Таким образом, анализируя архетипические черты в просветительских передачах Михаила Казиника, мы пришли к следующим выводам. Михаил Казиник является элитарным ведущим. Он истинный знаток своего дела, человек, который полностью принадлежит искусству, любит музыку и понимает ее истинное значение. Через призму культуры он по-философски воспринимает мир, как целостное явление. Он поставил перед собой не простую задачу популяризировать классическую музыку, донести ее глубину и ценность до массового сознания. Сделать это сложно, но автору это удается за счет использования архетипов. В частности, наиболее часто он обращается к архетипу мудреца, одним из которых является он сам. М. Казиник использует

знаменитые имена, которые находятся на устах у всех, он цитирует их наиболее емкие фразы и подтверждает каждое свое слово примером конкретного произведения. М. Казиник постоянно чередует классическую музыку с обращением к знакомым архетипам, которые вызывают доверие у читателя, дают ему понять, что он тоже может приобщиться к высокому искусству, что он понимает, о чем идет речь. Наибольшего результата в этом культурологу помогают достичь обращения к архетипам анимуса и аниме. Это всем хорошо известные образы, которые каждый человек с легкостью может переложить на свою жизнь, поэтому они кажутся родными и близкими. А, значит, и то, о чем говорит М. Казиник становится понятным, доступным. Таким образом, человек начинает вслушиваться в классическую музыку, чувствует ее часть в своей жизни. Для того, чтобы поддержать этот эффект М. Казиник обращается к архетипу матери, который символизирует начало всего. Архетип ребенка призван расположить к себе даже самых скептически настроенных слушателей. Архетип бога помогает прочувствовать силу музыку и ее истинное влияние на организм и душу человека, ее необходимость в собственной жизни. Таким образом формируется уважение к произведениям классики. Но для того, чтобы поддержать интерес, не быть скучным М. Казиник обращается к архетипу шута, который призван разрядить обстановку и создать положительные эмоции, к которым захочется вернуться.

2.3 Анализ программ Леонида Клейна

Для анализа архетипических черт были выбраны просветительские передачи Леонида Клейна «Зачем читать художественную литературу», Научная гостиная «Книжная полка Леонида Клейна», «Зачем взрослым сказки Пушкина?», «Литературный оркестр».

В просветительской передаче Л. Клейна «Зачем читать художественную литературу» встречается архетип тени [Клейн 2015, www]. Филолог сразу

указывает на то, что из художественной литературы ничего нового для себя вынести нельзя, даже из тех произведений, где есть мораль, такие, как басни. Пример Л. Клейн приводит на знаменитой басне С. Крылова «Волк и ягненок». По его утверждению басня ничему не учит, волк хищник, он сильнее ягненка, и он его съел. Но при этом произведение имеет очень содержательную сцену. Волк не ест ягненка сразу, он хочет, чтобы это выглядело «законно», а ягненок при этом оправдывается. Другими словами, идет некое судебное разбирательство или дуэль. Самое интересное, что чем более прав ягненок, тем ближе его смерть. К сожалению, это жизненные реалии. У ягненка не было шанса спастись. Это закон жизни. Вынести из басни ничего нового нельзя, но можно насладиться диалогом. Л. Клейн прибегает к архетипу тени для того, чтобы показать, что сюжет из художественной литературы можно соотнести с собственной жизнью. Архетип тени показывает, что художественная литература больше готовит читателя к жизненным реалиям, к ее несправедливости и неожиданным исходам.

Также используется архетип мудреца. Л. Клейн ссылается на Л. Выготского, когда говорит о басне С. Крылова «Ворона и лисица». То есть Л. Клейн придерживается мнения знаменитого ученого. Данный архетип используются Л. Клейном для подтверждения своих собственных слов, для того, чтобы усилить их эффект.

Кроме этого в этой передаче используется архетип самости. Л. Клейн утверждает, что художественная литература, в частности басни, являются культурным кодом. «Если вы знаете эту басню, значит вы русский», – говорит филолог. То есть художественная литература дает нам образ целостности и единства – мы знаем одни и те же произведения. А это, сплачивает народ, формирует чувство гордости за себя.

На примере анализа романа «Ярмарка тщеславия» Л. Клейн использует архетип аниме. Он описывает двух молодых женщин, которые являются противоположностями, но черты их характера свойственны многим представительницам прекрасного пола. Одна из них нежная, милая и добрая, а

другая – умная, сильная и смелая. Но, несмотря на всю разность их характеров, судьба у них складывается похожим образом. В одном из этих архетипов каждая женщина сможет узнать себя, а в другом – свою подругу или знакомую. И тогда уже становится меньше вопросов о несправедливости жизни. Слушатель понимает, что можно быть милой, но при этом так и не познать женского счастья. Счастье заключается не в красоте и даже не в чертах характера, а чем-то другим, пока еще до конца не раскрыто в чем именно. Использование архетипа аниме является подтверждением архетипа тени – сюжеты художественной литературы можно переложить на свою собственную жизнь, со всей ее несправедливостью. Стоит отметить, что большинство классических русских произведений имеют плохой конец, но именно это и делает их наиболее интересными, более реальными.

Анализируя роман «Война и мир» Л. Клейн прибегает к архетипу анимуса, раскрывая образ Пьера Безухова. Он оказывает Наташе Ростовой поддержку, становится для нее защитой и опорой. Это те качества, которыми должен обладать настоящий мужчина. Это как раз то, что нужно было Наташе Ростовой. Данный архетип является идеалом, мечтой для женщины. Внешне Пьер Безухов не привлекателен, но в нем есть сила и надежность. Образ, обладающий такими качествами, находится в головах многих женщин, а потому данный архетип близок и понятен.

Итак, наиболее часто Л. Клейн обращается к архетипу тени (3 раза) и по одному разу к архетипам мудреца, самости, анима и анимуса. Для наглядности полученные данные представлены в виде диаграммы – Рисунок 2.6.

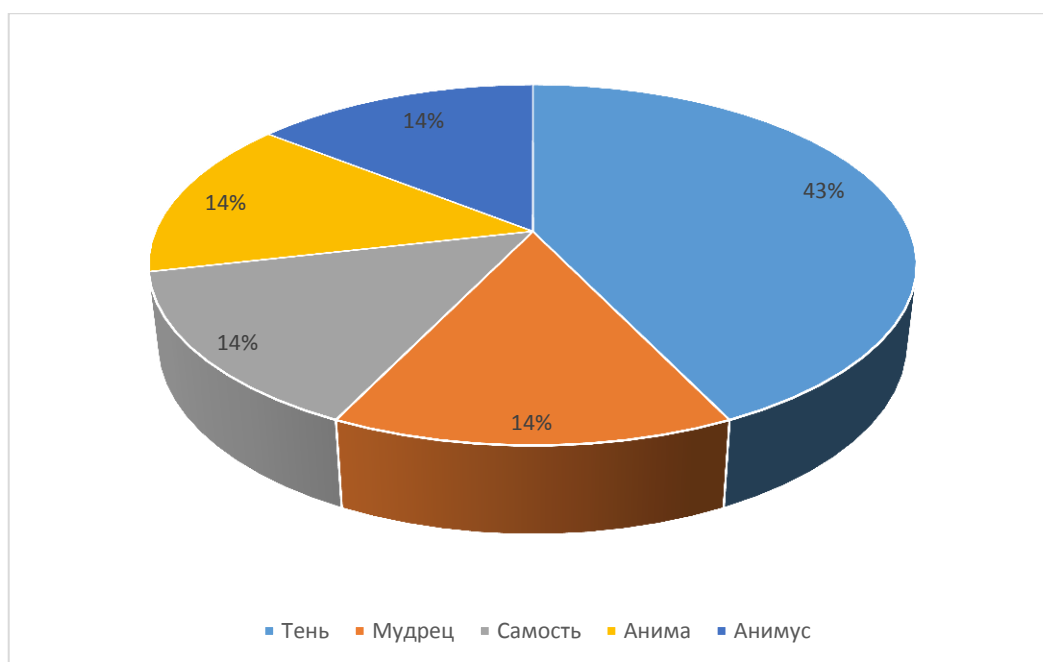


Рисунок 2.6. – Частота использования архетипов в передаче Л. Клейна «Зачем читать художественную литературу»

Далее рассмотрим архетипические черты просветительской передачи Л. Клейна Научная гостиная «Книжная полка Леонида Клейна» [Клейн 2017, www].

Как и прошлая передача, эта начинается с архетипа тени. Л. Клейн утверждает, что счастливый финал в произведениях русской классической литературы является редкостью. Это отсылка к жизни многих людей. Каждый, даже самый хороший, добрый и честный человек сталкивается в своей жизни с несправедливостью, обманом и жестокостью. Многие становились жертвами в той или иной ситуации. Именно это и показывает нам художественная литература. Это правда жизни.

Еще раз наблюдается отсылка к архетипу тени, когда Л. Клейн говорит о том, что читать «Войну и мир» в школе полностью не нужно. Этот факт противоречит принятому мнению, что сразу же вызывает интерес и повышенное внимание, особенно со стороны школьников, которые не очень-то хотят и знакомиться с этим произведением. Л. Клейн приводит четкие аргументации, чем подтверждает свое мнение. Данный архетип позволяет

понять человеку себя. Л. Клейн апеллирует к эмоциям. Для Л. Клейна близко наличие нескольких реальностей, поскольку он относится к постмодернистам. Этим обусловлено использование архетипа тени.

Также встречается архетип самости. Л. Клейн утверждает, что счастье – не интересно русскому человеку. Это отличает его от всех остальных. Именно поэтому русские произведения в своем большинстве имеют несчастный финал. В данном случае каждому знакомо, что когда у человека все хорошо, то о нем не говорят практически, а вот когда случается несчастье – это становится всеобщим «достоянием». Стоит отметить, что собираются и обговаривают это люди, как правило, не для того, чтобы помочь решить проблему, а для того, чтобы обсудить ее. Отсюда рождаются сплетни. И, как ни странно, они всегда интересны. Это специфика русской души, которая и находит отражение в литературе.

Обращается Л. Клейн и к архетипу анимуса, когда характеризует Гринева, которому свойственна верность и умение договариваться – типичные мужские черты. Точнее сказать это то, к чему должны стремиться мужчины. Опять же этот архетип предназначен для женщин, ведь они держат в голове такой образ мужчины.

Также данный архетип проявляется в образе Раскольникова. Он сознался в преступлении под влиянием женщины, которая ему дорога. Здесь уже раскрывается влияние архетипа аниме на архетип анимус. Несмотря на всю свою силу и твердость, мужчина склонен слушать женщину, которая ему дорога, она имеет влияние на него.

Архетип мудреца наблюдается в момент отсылки Л. Клейна к В. Набокову, который называл Л. Толстова светом и счастьем. В. Набоков выступает авторитетом в данном случае. Л. Клейн оперирует его мнением для подтверждения своих слов, показывая тем самым их истинность.

Итак, наиболее часто в анализируемой передаче используются архетипы тени и анимуса (по два раза) и по одному разу – архетипы самости и мудреца.

Для наглядности полученные данные представлены в виде диаграммы – Рисунок 2.7.

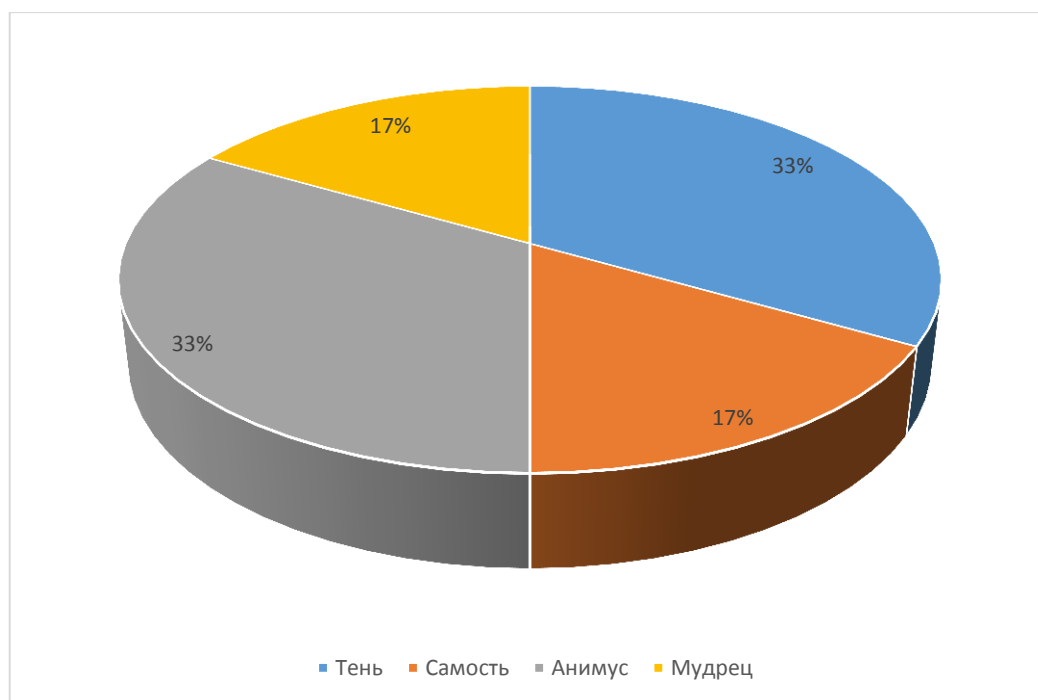


Рисунок 27. – Частота использования архетипов в передаче Л. Клейна «Научная гостиная «Книжная полка Леонида Клейна»

Далее ознакомимся с анализом передачи «Зачем взрослым сказки Пушкина?» [Клейн 2017, www].

В самом начале передачи Л. Клейн обращается к архетипу самости. Он говорит о том, что «Пушкин – это то, что нас объединяет». Пушкин становится достоянием всего народа. Эту фамилию знает абсолютно каждый русский человек. Филолог настаивает на том, что Пушкин в своих сказках пропагандирует вечные ценности.

Также происходит обращение к архетипу ребенка. Л. Клейн настаивает на том, что ребенок может не понимать текст сказки в силу своего возраста, но родители все равно должны их читать. Ребенок усваивает ритм и становится гармоничной личностью.

Кроме этого, Л. Клейн обращается к архетипу мудреца. В первый раз он делает отсылку к Пастернаку, который говорил о том, что действительно нужно взрослым. При этом филолог, отмечает, что Пастернак прожил долгую жизнь,

а, значит, наделен определенной мудростью. То есть Л. Клейн дополнительно поднимает авторитет мудреца в глазах своих слушателей.

Также в качестве архетипа мудреца выступают литературоведы, на которых ссылается Л. Клейн. По их словам, сказки – это вершина творчества Пушкина.

Архетип персона проявляется в описании Л. Клейном образа Пушкина. Он утверждает, что поэт жил так, как того требовало общество. Надо жениться в 30 лет – Пушкин женится в 30 лет. И таких примеров, по мнению Л. Клейна очень много. Другими словами, Пушкин пытался вложиться в рамки, принятые в социуме. Этот архетип близок многим людям, поскольку большинство живет так, как того требует общество. Более того, общество навязывает нам ценности, цели, мечты, нормы и так далее. И лишь единицы могут найти себя и не зависеть от общественного мнения.

Обращается в рамках анализируемой передачи Л. Клейн и к архетипу матери. Жена Пушкина – дворянка. И семья их строится по европейским стандартам. Она становится образцом поведения женщины, матери, хозяйки. Она закладывает начало их семейным ценностям и традициям.

Итак, наиболее часто Л. Клейн обращается к архетипам самости и мудреца (по два раза) и по одному разу – к архетипам ребенка, персоны и матери. Для наглядности полученные данные представлены в виде диаграммы – Рисунок 2.8.

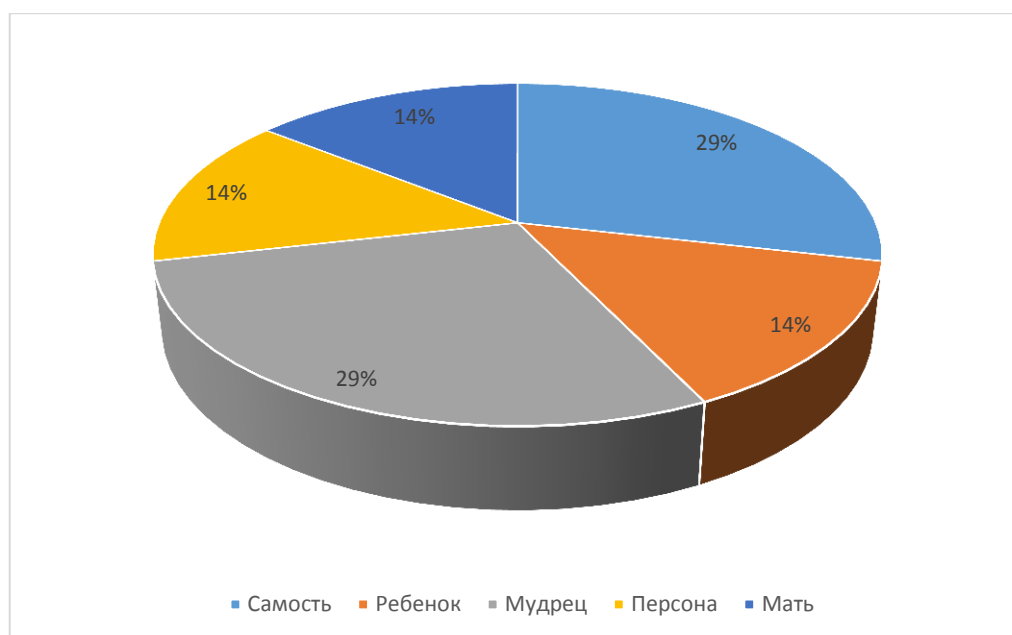


Рисунок 2.8. – Частота использования архетипов в передаче Л. Клейна «Зачем взрослым сказки Пушкина?»

Далее мы анализировали просветительскую передачу Л. Клейна «Литературный оркестр» [Клейн 2017, www]. Буквально на первых минутах лекции филолог обращается к архетипу тени. Проводя параллель между современным миром и прозой Ф. Достоевского, он говорит о том, что герои этого автора были бы все с мобильными телефонами, поскольку они находятся в своей параллельной реальности, они постоянно ведут внутренние монологи сами собой и с кем-то другим. Достоевский в своих произведениях использует множество писем и записок, что полностью соответствует современным социальным сетям и сообщениям. Обращается также к архетипу тени филолог и тогда, когда пытается объяснить мотивы убийства, которое совершил главный герой романа «Преступление и наказание». Это нестандартные мотивы, не те, к которым привыкло большинство людей. То есть это то, что скрывается внутри множества людей, даже добрых и чутких, таких как Раскольников.

Человеческую жизнь Л. Клейн описывает, используя архетип анима. Он объясняет жизнь, которую описывает Достоевский, как женщину, которая имеет свои цели, желания, мотивы. Но в тоже время, она не вкладывается в рамки обычной жизни, то есть это и есть та изюминка, которая должна быть в

каждой женщине. Другими словами, проводя у слушателей ассоциации с идеальной женщиной, Л. Клейн пытается объяснить, чем произведения Достоевского отличаются от всех других произведений классической литературы. Только этот писатель смог описать человеческую жизнь таким сложным образом.

Кроме этого, Л. Клейн обращается к архетипу Бога, когда цитирует роман «Преступление и наказание». Он вспоминает о воскресении Лазаревым, настаивает на том, что весь текст пропитан библейской топонимикой. То есть через библейский сюжет можно полностью погрузиться в суть этого романа. Также Л. Клейн сравнивает героев романов Достоевского с душами. Он называет все диалоги разговором душ. Л. Клейн обращаясь к библейским мотивам, говорит, что это не те люди, которым свойственны мирские желания. Все эти желания являются формальными, они не основные. Речь идет о деньгах, карьере, отдыхе и так далее. Благодаря использованию этого архетипа Л. Клейн поднимает героев Достоевского на более высокий духовный уровень. Именно таким образом он объясняет глубину прописанных образов. В этом суть поэтики Достоевского, по мнению Л. Клейна. Кроме этого, когда филолог говорит о 30 рублях, которые принесла домой героиня одного из романов Достоевского Соня, после того, как в первый раз продала себя, чтобы прокормить братьев, он обращается вновь к библейскому мотиву, а именно к 30 сребреникам, которые получил Иуда. Здесь вновь просматривается архетип бога, а который знаком каждому русскому человеку, и помогает понять смысл поступка героини Достоевского.

Для описания образа Лужина Л. Клейн использует архетип анимуса. Он один из немногих героев Достоевского, который описан именно как обычный человек, стандартный, что называется, мужчина. Он хочет жениться на молодой девушке, управлять ею, ему свойственно малодушие и жесткость. Это мужской образ, который знаком многим потенциальным слушателем. Такой архетип является вполне правдоподобным и реальным, он помогает раскрыть сущность этого героя.

Таким образом, проанализировав просветительскую передачу Л. Клейна «Литературный оркестр», мы выявили, что филолог обращался дважды к архетипу тени, три раза – к архетипу бога и по одному разу к архетипам анима и анимуса. Для наглядности полученные данные представим в виде диаграммы – Рисунок 2.9.

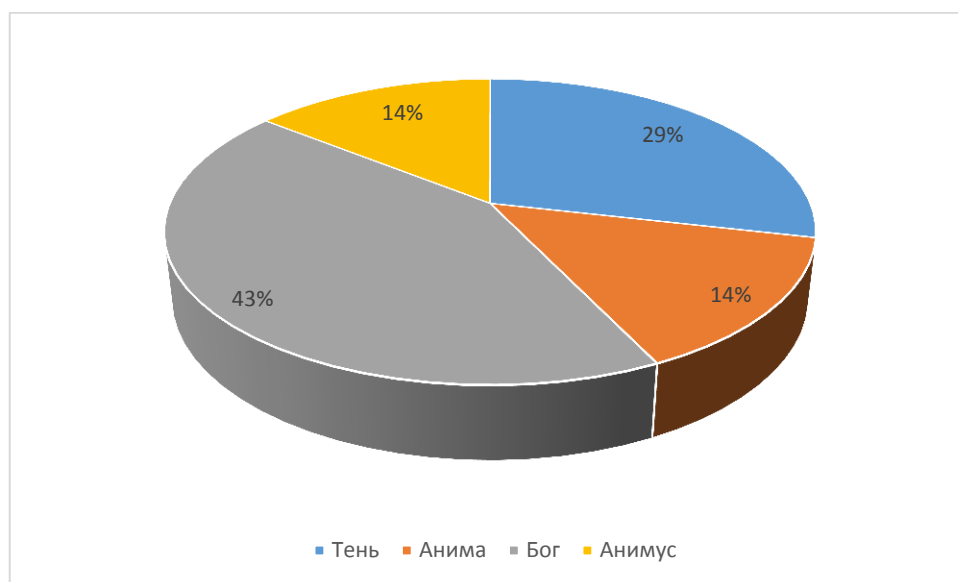


Рисунок 2.9. – Частота использования архетипов в просветительской передаче Л. Клейна «Литературный оркестр»

В рамках данного исследования мы проанализировали архетипические черты просветительских передач Л. Клейна на примере четырех вышеперечисленных. Для наглядности полученные данные представлены в виде диаграммы – Рисунок 2.10.

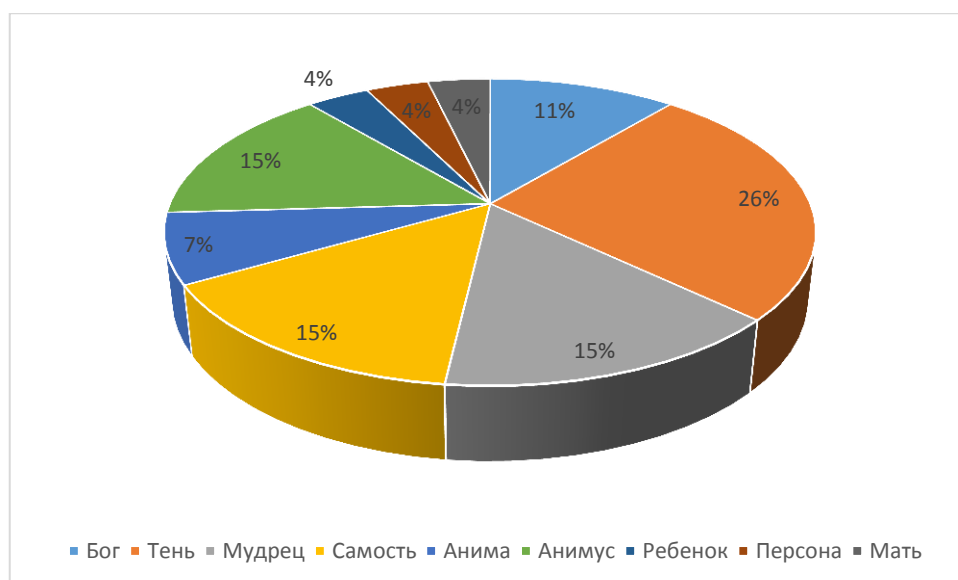


Рисунок 2.10. – Частота использования архетипов в просветительских передачах Л. Клейна

Л. Клейн прибегает к использованию архетипа тени для того, чтобы показать схожесть художественной литературы и современной жизни. Все, что происходит с каждым из нас – это нормально, это тенденция общества, которое не меняет своей сути на протяжении многих веков. Кроме этого, художественная литература способна сплотить народ, воспитать в нем патриотизм и чувство гордости за свою страну, она способна показать нам самих себя, раскрыть наши внутренние страхи, недостатки и особенности. Часто филолог обращается к образу мужчины, который сформирован в головах у женщин, к мужскому идеалу. Этим он показывает свою близость и близость художественной литературы к женской натуре, к ее пониманию.

Выводы по главе 2

Михаил Казиник относится к элитарным ведущим, он стремится популяризировать классическую музыку, донести до простого обывателя всю красоту классической музыки. Ведущий декодирует смысл художественного произведения на глубинном уровне. Для достижения этой цели М. Казиник в

своих передачах использует множество архетипов. Наиболее часто используется культурологом архетип мудреца, что позволяет ему оперировать мнением авторитетных личностей. Невероятный интеллект М. Казиника дает ему возможность в одной передаче соединять мнения абсолютно разных людей, что дает возможность выбора интерпретаций слушателю и зрителю.

Немного реже М. Казиник обращается к архетипам анимуса и матери. Это позволяет максимально приблизить высококультурные, многоуровневые и сложные произведения к простым людям, которые возможно даже не имеют высшего образования. Но они способны воспринять и понять близкие им образы, которые кроются в использованных архетипах.

Кроме этого, М. Казиник использует архетипы анима, ребенка, шута и бога, которые позволяют подготовить слушателя к восприятию сложной информации. Это своеобразная настройка аудитории к пониманию музыки. Таким образом, М. Казиник дает простым людям шанс вырасти культурно, повысить свой интеллектуальный уровень.

Л. Клейн относится к постмодернистам, поэтому ему близко существование нескольких реальностей. Этим обусловлено частое использование архетипа тени. Он позволяет соединить сюжет написанного произведения с реальной жизнью, это приводит к более глубокому его пониманию и осознанию глубинных смыслов.

Архетип мудреца, самости и анимуса используются Л. Клейном реже. Также встречаются архетипы анима, ребенка, персоны и матери. Это позволяет слушателем углубиться в произведение, вернуться к его прочтению с новым сознанием. Л. Клейн помогает людям посмотреть на художественную литературу совершенно с другой, неизвестной ранее стороны, что вызывает небывалый интерес у людей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Просветительские программы на радио прошли свой путь развития. В советском теле и радиовещании они создавались с целью обогащения внутреннего мира человека. Именно поэтому такие программы стали основой журналистского контента и оказывали сильное влияние на массовое сознание.

Перестройка в свою очередь была призвана изменить привычный уклад во всех сферах жизни, что не могло не отразиться на телевидении. Просветительские передачи уступили место развлекательным шоу не только с целью создания внешних перемен. Народом по-прежнему нужно было управлять, а делать это эффективно можно лишь с малокультурной, малограмотной, развращенной массой. «Запад» активно стал пропагандировать отход от нравственных устоев, что сказалось и на перестроечном телевидении. Просветительские передачи потеряли свой рейтинг и стали нерентабельными.

Но после 2000 года ситуация изменилась. Государственной целью теперь стало укрепление духовного наследия страны. А помочь в этом могут, в том числе, просветительские передачи. Теперь каждый уважающий себя телеканал транслирует такого рода передачи. Для того, чтобы повысить эффективность просветительских передач их нужно сделать понятными, человек должен испытывать радость от того, что он смог осознать ту или иную сложную для него тему, благодаря объяснениям автора. В этом и помогает использование архетипов.

Эксплицитное и имплицитное использование архетипов помогает воздействовать на массовую аудиторию путем пробуждения в ней чувств чего-то знакомого, родственного, а, значит, того чему можно доверять. Архетипы транслируют на понятном языке до простого обывателя сложные вещи, явления, делают доступным важные социальные, экономические, политические и другие проблемы. Было выявлено, что каждый архетип имеет свое влияние на определенную аудиторию, тем самым охватывая многие аспекты человеческой

жизни. Архетипы влияют на подсознание человека, что позволяет усилить его впечатления, они не вызывают отторжения и воспринимаются как знакомый контекст, возбуждая также и собственные переживания слушателя. Это добавляет убедительности всему тому, что будет сказано автором в эфире. Поэтому, архетипы активно используются в просветительских программах, целью которых является поднятие общего культурного уровня населения.

Итак, в ходе реализации второй задачи исследования были выработаны четыре критерия для анализа архетипических черт просветительских программ. Данные критерии помогли всесторонне рассмотреть архетипы и выявить цели их использования.

Реализации третьей задачи исследования состоит в выявлении основных архетипов, к которым прибегают в своих передачах М. Казиник и Л. Клейн. Во второй главе был проведен поиск и анализ архетипических черт в содержании программ указанных авторов. Стоит отметить, что они имеют совершенно разный стиль подачи информации, используют разные архетипы, но при этом каждый из них делает сложную информацию понятной и доступной рядовому слушателю. Используя в своих программах архетипы, данные авторы с помощью знакомых слушателям ассоциаций, объясняют порой такие темы, которые было бы почти невозможно понять простому обывателю, если бы их содержание было изложено сухим научным текстом. Когда человек начинает понимать то, что ему пытаются объяснить, в нем просыпается большой интерес и желание слушать. Это ощущение близости себя к теме программы, увлекает слушателя, и он остается с рассказчиком до самого конца. Можно сказать, что архетипы приближают высокий мир искусства, к обыденной жизни простого человека, или же пытаются выстроить для человека негустую устойчивую лестницу вверх к этому самому высокому миру, обогащая его душу новыми знаниями.

Таким образом, наша гипотеза подтвердилась, цели и задачи исследования достигнуты.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Афанасьева Е. Н. Архетипические элементы в массовом сознании современного российского общества (аспекты использования в технологиях рекламы и PR): дис. канд. соц. наук: 22.00.06. 2005. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dslib.net/sociologia-kultury/arhetipicheskie-jelementy-v-massovom-soznanii-sovremennogo-rossijskogo-obwestva.html> (дата обращения: 10.04.2019).
2. Ахтырский А. Просветительские и научно-образовательные программы советского радио [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=21 (дата обращения: 11.04.2019).
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции [Электронный ресурс] // Аспект Пресс, 2005. Режим доступа: <https://buklib.net/books/22030/> (дата обращения: 10.04.2019).
4. Барманкулов М. Жанры печати, телевидения и радиовещания. Сравнительный анализ. М.: КазГУ, 1974. 129 с.
5. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия [Электронный ресурс] // РИП-холдинг, 2003. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text7/62.htm> (дата обращения: 10.04.2019).
6. Болен Д. Ш. Богиня в каждой женщине. Новая психология женщины. Архетипы богинь [Электронный ресурс] // Софья, 2005. Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/bolen01/index.htm> (дата обращения: 11.04.2019).
7. Болен Д. Ш. Бог в каждом мужчине. Архетипы управляющие жизнью мужчин [Электронный ресурс] // Софья, 2008. Режим доступа: https://bookap.info/psyanaliz/bolen_bogi_v_kazhdom_muzhchine/ (дата обращения: 11.04.2019).
8. Вартанов А. С. Российское телевидение на рубеже веков проблемы, программы, лица: учеб. пособие / М.: КДУ; Высшая школа, 2003. 320 с.

9. Вартанова Е. Л. К вопросу о функциях журналистики [Электронный ресурс] // Медиа альманах, 2016. Режим доступа: <https://istina.msu.ru/publications/article/31977302/> (дата обращения: 10.04.2019).
10. Вакурова Н., Московкин Л. Типология жанров современной экранной продукции [Электронный ресурс] // учеб. пособие, 1997. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text3/08.htm> (дата обращения 11.04.2019).
11. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. М.: Гуманитарный центр, 2016. 268 с.
12. Егоров В. В. Телевидение между прошлым и будущим. М.: Воскресенье, 1999. 416 с.
13. Егоров В. В Телевидение: Страницы истории [Электронный ресурс] // Аспект Пресс, 2004. Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text3/58.htm> (дата обращения: 11.04.2019).
14. Ерофеева И. В. Архетип в медиатексте: возможности и особенности воспроизведения [Электронный ресурс] // Вестник Читинского государственного университета, 2009. Режим доступа: <https://gigabaza.ru/doc/89292.html> (дата обращения: 11.04.2019).
15. Ерофеева И. В. Виртуальная аксиология современной журналистики: особенности создания [Электронный ресурс] // Альманах современной науки и образования, Тамбов, 2009. №1. Ч. 2. С. 69-71. Режим доступа: http://scjournal.ru/articles/issn_1993-5552_2009_1-2_23.pdf (дата обращения: 11.04.2019).
16. Ефимов Э. Два телевидения - две культуры // Телевидение вчера, сегодня, завтра. 1981, Вып.1. С. 54.
17. Забияко А. П. Архетипы культурные // Культурология. 20 век: Энциклопедия. Т. 1: М.: Университетская книга, 2018. 447 с.
18. Засурский Я. Н. Средства массовой информации России. М.: Аспект Пресс, 2008. 380 с.
19. Зиммель Г. Понятие и трагедия культуры [Электронный ресурс] // Электронная библиотека «Нестор» / Т. 1. Философия культуры, 1996. Режим

доступа: http://lib.ru/FILOSOF/ZIMMEL/445_74.txt_with-big-pictures.html (дата обращения: 11.04.2019).

20. Иванова Е. А. Влияние федерального телевидения на региональные телевизионные каналы: (на примере Ростовской области): автореф. дис. канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2003. 198 с.

21. Иванова Р. А. Культура масс или культура для масс? [Электронный ресурс] // Серия “Symposium”, Российская массовая культура конца XX века. Выпуск 15 / Материалы круглого стола 4 декабря 2001. Режим доступа: <http://anthropology.ru/ru/text/ivanova-ra/kultura-mass-ili-kultura-dlya-mass> (дата обращения: 11.04.2019).

22. Казиник Михаил. Википедия // wikipedia.org [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Казиник,_Михаил_Семёнович (дата обращения: 11.04.2019).

23. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] // Алгоритм, 2005. Режим доступа: http://socioline.ru/files/5/52/kara-murza_s._-_manipulyaciya_soznaniem_politicheskii_bestseller_-_2005.pdf (дата обращения: 11.04.2019).

24. Киященко Н. И. Современные концепции эстетического воспитания. М., ИФ РАН, 1998. Ч. 3, гл. 9: Видеокультура как фактор формирования эстетических представлений российской молодежи. С 268-287.

25. Клейн Л. Архив лекций автора [Электронный ресурс] // Лекторий Прямая речь, 2017. Режим доступа: https://www.pryamaya.ru/leonid_klejn (дата обращения: 24.04.2019).

26. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа: учеб пособие. М.: Факультет международных отношений, 2001. 160 с.

27. Кузнецов Г. В. Критерии качества телевизионных программ. М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2002. 69 с.

28. Колесникова Г. И. Арихипическое мышление как один из элементов механизма манипуляции сознанием личности // Научная мысль Кавказа. 2009. №3. С. 30-34.
29. Кузницов Г. В. Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. М.: Изд-во Моск. ун-та «Наука», 2002. 304 с.
30. Куракина Т. Н. Сохранение культурного наследия в условиях перехода к рыночным отношениям: (тенденции, опыт, проблемы): автореф. дис. канд. философ, наук: 17.00.08. М., 1993. 205 с.
31. Курная Н. Н. Культурная политика как фактор структурирования социокультурного пространства: (региональный аспект): автореф. дис. канд. философ. наук: 24.00.01. М., 2003. 176 с.
32. Лейтес Л. С. Развитие техники ТВ-вещания в России. М.: Останкино, 2008. 586 с.
33. Муратов С. А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2009. 2008 с.
34. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. М.: Либроком, 2014. 354 с.
35. Ноакк Н. В. Анализ архетипов кинопродукции как условие прогнозирования ее экономического успеха / Знаменская А. Н. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. №22. С. 57-63.
36. Ноакк Н. В. Развитие осознанности эмоциональной сферы молодежи при потреблении медиаконтента. / Неволин И.В. // Вестник Восточно-Сибирской академии образования. 2013. № 18. С. 36–39.
37. Новикова А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. М.: Алетейя, 2008. 208 с.
38. Полуэхтова И. А. Общественное функционирование телевидения (анализ концептуальных подходов) // Мир России. Социология. Этнология. 1997. №1. С. 55-66.
39. Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2003. 320 с.

40. Рашкофф Д. Медиавирус. М.: У-Фактория, 2003. 368 с.
41. Резель А. И. Духовность в структуре российского менталитета: (к вопросу о социокультурной трансформации российского общества): автореф. дис. канд. философ, наук: 09.00.11. М., 2003. 133 с.
42. Роженцова О. В. Культурно-просветительские программы отечественного телевидения: (традиции и новаторство): автореф. дис. канд. фил. наук: 10.01.10. М., 2006. 188 с.
43. Рохлин А. М. История отечественного телевидения. М.: Аспект-пресс, 2012. 161 с.
44. Саппак В. С. Телевидение и мы: Четыре беседы. М.: Аспект, 2007. 168 с.
45. Свитич Л. Г. Традиционные российские ценности на экране ТВ // Журналистика 21 века: исторический опыт и современное развитие 2015. №13. С. 72-102.
46. Соколов А. Г. Природа экранного творчества: Психологические закономерности. М.: ЧеРо, 1997. 272 с.
47. Строкач А. А. Основы радиотелевизионной журналистики // учеб. пособие. М., Моск. гос. ин-т междунар. отношений, 2001. 131 с.
48. Таранова В. А. Структура и принципы организации регионального вещания: (на примере телевидения Сибирского федерального округа): автореф. дис. канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2012. 244 с.
49. Техника и технология СМИ. Печать. Радио. Телевидение. Интернет / А. А. Колосов, В. И. Сапунов, В. В. Тулупов, М. Цуканова. М.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. 320 с.
50. Хочунская Л. В. Современный медийный образ как архетип // Вестник РГГУ. 2012. С. 237-245.
51. Юнг К. Г. Архетип и символ [Электронный ресурс] // Об архетипах коллективного бессознательного. 1934 . Электронная библиотека. Режим доступа: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4229/4232> (дата обращения: 11.04.2019).

52. Юнг К. Г. Дух в человеке, искусстве и литературе. М.: Харвест, 2003. 384 с.
53. Юнг К. Г. Душа и миф. Шесть архетипов [Электронный ресурс] // Бестселлеры психологии. 1996. Режим доступа: <https://www.e-reading.club/book.php?book=1022019> (дата обращения: 11.04.2019).
54. Юнг К. Г. Психологические типы [Электронный ресурс] // Азбука, 2001. Режим доступа: <http://lib.ru/PSIHO/JUNG/psytupes.txt> (дата обращения: 11.04.2019).
55. Юнг К. Г. Структура психики и архетипы / Психологические технологии. М.: Академический проект, 2007. 303 с.
56. Юнг К. Г. Человек и его символы. М.: Серебряные нити, 1997. 368 с.
57. Diane U. Transformations of Myth through Time. An Anthology of Readings [Электронный ресурс] // Houghton Mifflin Harcourt, 1997, Режим доступа: <https://archive.org/details/transformationso00sand/page/n3> (дата обращения: 13.02.2019).
58. Harding M. E. Woman's Mysteries: Ancient and Modern [Электронный ресурс] // Longmans, Green and Co, 2011, Режим доступа: https://issuu.com/lewislafontaine1/docs/esther_harding_-_women_s_mysteries_ (дата обращения: 12.04.2019).
59. Harper S. The Archetype of the Great Mother in Three Contemporary Films [Электронный ресурс] // Master of Science. North Texas State University, 2018, Режим доступа: <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc503943/> (дата обращения: 12.04.2019).
60. Marie-Louise von Franz. Archetypal Dimensions of the Psyche [Электронный ресурс] // Shambhala, 1997, Режим доступа: https://www.goodreads.com/book/show/566085.Archetypal_Dimensions_of_the_Psyche (дата обращения: 13.04.2019).

61. Newmann E. The Great Mother. An Analysis of the Archetype [Электронный ресурс] // Pantheon Books, 2015, Режим доступа: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.425410> (дата обращения 13.04.2019).

ЭМПИРИЧЕСКАЯ БАЗА

1. Казиник М. Линия жизни // youtube.com [Электронный ресурс] 03.02.2018. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=FjDIpPymAOk> (дата обращения: 22.05.2019)
2. Казиник М. Музыка, которая вернулась. Путешествие в мир музыки прошлого // youtube.com [Электронный ресурс] 03.02.2016. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=rbV6maGt_VE (дата обращения: 12.05.2019)
3. Казиник М. Семь Свободных Искусств [Электронный ресурс] 20.02.2014. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=MOQkcKm8W24> (дата обращения: 12.05.2019)
4. Казиник М. Тайные знаки культуры: «Крейцера соната» Л. Бетховена // youtube.com [Электронный ресурс] 25.01.2015 Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=HtNwQc579uY> (Дата обращения: 12.05.2019)
5. Клейн Л. Зачем взрослым сказки Пушкина? // youtube.com [Электронный ресурс] 06.06.2017. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=7msZnSRUWng> (дата обращения: 11.05.2019)
6. Клейн Л. Зачем читать художественную литературу // youtube.com [Электронный ресурс] 10.03.2015. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=bwkVcpZpRf4> (дата обращения: 13.05.2019)
7. Клейн Л. «Литературный оркестр» – лекция Леонида Клейна о Ф.М. Достоевском // youtube.com [Электронный ресурс] 05.03.2017. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=03G5qAmQjNk&t=5s> (дата обращения: 13.05.2019)
8. Клейн Л. Научная гостиная «Книжная полка Леонида Клейна» // youtube.com [Электронный ресурс] 03.11.2017. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=0OWbYKvzAhw> (дата обращения: 13.05.2019)

Выпускная квалификационная работа выполнена мной совершенно самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

«__» _____ 201__ г.

Подпись

ФИО