

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ  
ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИНИСТЕРСТВА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ  
Кафедра Международной журналистики

Выпускная квалификационная работа бакалавра  
по направлению журналистика

на тему:

**«Эволюция образа отечественного журналиста в российском игровом ки-  
нематографе (2000-2020): проблема стереотипизации»**

Выполнила:  
студентка Александрова Анаста-  
сия Ивановна  
4МЖ, группа 2

\_\_\_\_\_

подпись студента

Выпускная квалификационная работа  
защита «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Оценка \_\_\_\_\_

Секретарь ГЭК \_\_\_\_\_

Научный руководитель:  
проф. Поляков Максим Львович

\_\_\_\_\_

/подпись научного руководителя/

Москва, 2021

## Оглавление

Введение .....	3
Глава 1. Журналистика и стереотипы.....	7
1.1 Дефицит образов и рефлексии .....	7
1.2 Стереотипизация образа российских журналистов .....	9
Глава 2. Кинематограф как важнейшая интерпретация реальности XXI века	15
2.1. Журналистика и кинематограф.....	15
2.2. Кинематограф: образы, стереотипы и мифологемы .....	17
Глава 3. Российское кино (2000-2020): содержательный анализ .....	20
3.1 Журналист, бандиты и силовые структуры .....	20
3.2. Журналист и личностный кризис .....	23
3. 3. Журналист и режиссирование реальности .....	26
3.4. Журналистка в романтической парадигме .....	34
3.5. Журналист и информационная война .....	40
3.6. Журналист и власть.....	43
3.7. Журналист и новые медиа .....	50
Глава 4. Резюмирование образа журналиста и зарубежный опыт.....	54
4.1. Отличительные черты стереотипизации и эволюция журналистских образов.....	54
4.2. Зарубежный опыт .....	58
Заключение .....	62
Список источников и литературы .....	64

## Введение

**Актуальность исследования.** Современное информационное общество существует в условиях глобальной медиатизации жизни: большая часть опыта людей опосредована СМИ (в особенности ввиду пандемии COVID-19), а в реальности ничего не происходит, если медиа об этом не рассказывают. С появлением новых медиа и цифровизацией журналистики, повлёкшими за собой глубокие изменения в традиционных понятиях пространства и времени, стали всё чаще подниматься вопросы о несоответствии между реальностью эмпирической и реальностью медийной, создаваемой средствами массовой информации. Журналисты,умышленно или нет создающие иную реальность, сами стали её заложниками и обрели в массовом сознании образ, диссонирующий с действительностью. В частности, журналистское сообщество и массовая аудитория дают диаметрально противоположные ответы на вопросы о свободе и независимости российской журналистики. Одновременно с «внутренней» профессиональной деятельностью журналистов, способствующей увеличению этого несоответствия, существуют и факторы внешние (например, развитие блогосферы и гражданской журналистики), однако наибольшее влияние на формирование альтернативного образа журналиста в массовом сознании оказывает массовая культура.

Так, для исследования образа журналиста в массовом сознании, проведённого фондом «Медиастандарт», предложенные для оценки личные качества журналиста были выделены именно на основе литературных и кинематографических образов. Это свидетельствует о принципиально важном влиянии кинематографа на формирование образа журналиста в обществе, поэтому данное исследование проводится на его основе. Анализируя кинематографические образы журналистов, можно сформировать портрет профессии в глазах общества и приблизиться к пониманию причин её «расколотости». Применяя метод анализа через стереотипы, способствующие деформации образа журналиста, становится возможным составить картину наиболее общих представлений о журналистике в массовом сознании. Они являются ключевым пунктом для данной профессии, так как журналистика живёт представлениями о самой себе, формирующими

репутационную составляющую и институт доверия. Таким образом, анализируя образ журналиста в кинематографе, можно приблизиться к пониманию того, почему его образ в массовом сознании и положение дел в действительности диссоциируют, а заявления о кризисе журналистики в России звучат всё чаще. Данными положениями и определяется актуальность исследования.

**Объектом исследования** является трансформация и стереотипизация образа отечественного журналиста в российском игровом кинематографе 2000-2020 годов.

**Предмет исследования** – структура, динамика, основные стереотипы, метасюжеты и характерные черты образов отечественных журналистов в российском игровом кинематографе 2000-2020 годов.

**Цель исследования** – выявить эволюцию образа журналиста и его стереотипизации.

Это осуществляется путём решения следующих **задач**:

- 1) Провести количественный анализ образов журналистов в российском игровом кинематографе 2000-2020 годов, определив возможную дефицитность.
- 2) На основе статистических данных выделить наиболее распространённые представления россиян о журналистах и журналистике.
- 3) Охарактеризовать влияние кинематографа на массовое сознание, его роль в формировании стереотипов о институте журналистики в России и выделить особенности понятий «образ», «стереотип», «метасюжет».
- 4) С целью представить максимально полноценную картину изображения журналистов в кинематографе проанализировать наиболее исчерпывающее количество журналистских образов и систематизировать эмпирическую базу (кинофильмы и сериалы) в соответствии со смысловыми категориями, в которые данные образы помещены.
- 5) Провести содержательный анализ образов журналистов, определяя применимые к ним стереотипы и мифологемы.

- 6) Охарактеризовать эволюцию образа журналиста, выделив наиболее часто используемые для его изображения стереотипы.
- 7) Охарактеризовать различия в подходах к изображению журналистов в российском и зарубежном кинематографе.

**Степень научной разработанности темы.** Образ журналиста в кинематографе активно исследуется многими отечественными и зарубежными авторами. В США с 2000 года существует проект «Образ журналиста в популярной культуре», одним из разделов которого является «Образ журналиста в кинематографе»<sup>1</sup>: в его рамках составлена база данных, содержащая тысячи фильмов, в которых представлены образы журналистов (однако отсутствует кинематографический опыт СССР и России). Среди исследований данного проекта стоит выделить работы таких авторов, как Joe Saltzman, Matthew C. Ehrlich, Richard R. Ness. Обращаются к анализу западного кинематографического опыта и образу журналиста в нём и отечественные исследователи, например, В. М. Халилов, К. М. Антипова, А. С. Мальцев, П. Р. Корыхалова, К. А. Чекменева.

Проблематика же отечественного кинематографа и исследование российского опыта довольно редко становятся объектами изучения, к ним обращались такие исследователи, как Р.П. Баканов, Н.М. Овчинникова, М.С. Мальцева. Представляется, что это вызвано дефицитом существующих в России экранных образов журналистов, в особенности по сравнению с иностранной кинокультурой. Однако для осознания именно российских вызовов журналистики даже в условиях репрезентационного дефицита автор считает необходимым исследование опыта отечественного кинематографа.

**Научная новизна исследования.** Научная новизна состоит в систематизации образов журналистов в российском игровом кинематографе 2000-2020 годов, их описании, классификации и применении к исследуемым художественным образам метода анализа через стереотипы.

---

<sup>1</sup> The image of the journalist in popular culture / project of The Norman Lear Center, USC Annenberg School for Communication & Journalism. – Los Angeles. – URL: [http://www.ijpc.org/pa-%20%20ge/ijpc\\_washington](http://www.ijpc.org/pa-%20%20ge/ijpc_washington).

### **Научная значимость и практическая ценность исследования.**

Научная значимость: результаты исследования могут быть использованы для дальнейшего изучения отечественного опыта репрезентации образа журналиста в кинематографе, а также для проведения социологических исследований на тему влияния образа журналиста в массовой культуре на отношение к данной профессии. Практическая ценность: исследование может быть полезно журналистам и студентам направлений подготовки «журналистика» и «социология».

**Структура работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, четырёх глав, заключения, списка источников и литературы. Первая глава раскрывает проблему стереотипизации профессии журналиста. На основе социологических исследований выделяются основные стереотипы о журналистах и журналистике. Вторая глава посвящена роли кинематографа в формировании массового сознания и его влиянию на восприятие профессии журналиста. В третьей главе проводится анализ конкретных журналистских образов в российских художественных фильмах и сериалах 2000-2020 годов. В четвертой главе резюмируются общие тенденции в изображении журналиста в российском кинематографе, отмечаются основные элементы его эволюции, проводится краткое сравнение российского опыта с подходами к изображению журналиста в зарубежном кино. В заключении представлены основные выводы, сформулированы перспективы развития рассмотренной темы в будущих исследованиях.

## Глава 1. Журналистика и стереотипы

### 1.1 Дефицит образов и рефлексии

В настоящее время всё чаще звучат прогнозы о скорой смерти журналистики. Например, авторы «Атласа профессий» прогнозируют исчезновение журналистики как профессии после 2020 года<sup>1</sup>. Тем не менее, идея о кризисе журналистики и о её исчезновении – не новая. С появлением телевидения весь мир обсуждал смерть печатной прессы, с появлением интернета заговорили об исчезновении телевидения, но они сосуществуют вполне успешно и по сей день. Изменяется форма, но журналистика остаётся, и в настоящее время она также переживает очередной кризис формы. Однако все новейшие технологические разработки, связанные с ними изменение темпа жизни, групповой и межличностной коммуникации, способов получения и передачи информации ставят под вопрос будущее профессии журналиста или, как минимум, её радикальное изменение и переосмысление.

При такой постановке проблемы стоит задаться вопросом, знали ли мы, чем был журналист и чем он является сейчас? Представляется, что природа, смысловая и идейная составляющие данной профессии в российской культуре недостаточно отрефлексированы, а при анализе упор всегда делается на бизнес-составляющие: просмотры, тираж, клики, переходы, рейтинги. Отказ от глубокого смыслового анализа, как общий феномен российской культуры, отмечается многими авторами. Например, по словам Анны Гудковой, «в российской культуре самая распространённая вещь – фигура умолчания».<sup>2</sup> С ней во мнении сходится кинокритик и социолог СМИ Даниил Дондурей: «Среди целого ряда уникальных и неотрефлексированных особенностей российской культуры – её табуирование знаний о самой себе».<sup>3</sup> Думается, что российская журналистика, осознавая

---

<sup>1</sup> Атлас новых профессий/ под ред. П. Лукши – Москва: Издательство «Олимп–Бизнес», 2015. – С. 151.

<sup>2</sup> 9/11: терроризм и кино. Почему в России не снимают фильмы о терроре. «Круглый стол» <https://old.kinoart.ru/archive/2011/09/n9-article4>

<sup>3</sup> Могущественные языки медиа / А.А. Архангельский, Д. Б. Дондурей, К.К. Мартынов [и др.]– Текст : непосредственный // Искусство кино. – 2015. – № 4. – С. 6.

степень своего всеобъемлющего влияния на общество, также уклоняется от знаний о самой себе, а от познания журналистики уклоняется массовая культура – крупнейший создатель образов коллективного сознания – и кинематограф, как важнейшая её часть.

Так, анализируя российский игровой кинематограф 2000-2020 годов, автор пришёл к выводу, что изображение в нём героев-журналистов является скорее исключением, чем закономерностью. Данный факт становится очевидным при сравнении количества отечественных фильмов, рассказывающих о журналистике, с зарубежным кинематографическим опытом в данной сфере (в особенности американским).

Для журналистики представления в массовом сознании о ней как об институте и взгляды на отдельных её представителей – краеугольный камень. От образов в массовом сознании зависят формирование уровня доверия и уважения, репутация, являющиеся для СМИ принципиально важными положениями. Данные образы находятся где-то между реальным и вымышленным массовой культурой: нелегко с точностью указать, что над чем превалирует. Например, для исследования образа журналиста в массовом сознании, проведённого фондом «Медиа-стандарт», предложенные для оценки личные качества журналиста были отобраны на основе характеристик, свойственных художественным образам героев-журналистов. Данные характеристики, используемые массовой культурой, закрепились в сознании людей, воспроизводимые и мультиплицируемые, они сформировали базис, модель восприятия журналистики и журналиста – иными словами, сложилась система стереотипов.

Одной из главных сфер мейнстримной российской культуры, формирующей образы в массовом сознании и наиболее часто прибегающей к использованию стереотипов, является игровой кинематограф. В условиях интерпретационного и рефлексийного дефицита, преимущественно визуального восприятия информации современной аудиторией (особенно молодым поколением) нельзя недооценивать значимость формируемых кинематографом образов журналистов и используемых в их отношении стереотипов. Анализируя их, автор предпринимает



попытку приблизить сокращение дефицита интерпретации и рефлексии образов журналиста и журналистики, наблюдаемого в российской практике.

## 1.2 Стереотипизация образа российских журналистов

Как было указано ранее, представления о журналистике, циркулирующие в массовом сознании, являются ключевым критерием для данной профессии. Данные представления зачастую являются запрограммированной и укоренившейся в массах системой кодов, шаблонов и предубеждений: то есть стереотипы.

В современном мире, в обществе «третьей волны»<sup>1</sup>, происходит чрезвычайное уплотнение информационного потока, и такие феномены, как диффузная аудитория<sup>2</sup>, клиповое сознание<sup>3</sup>, фрагментация общества, синдром рассеянного внимания становятся не чем иным, как защитной реакцией на огромные потоки информации, явлениями, помогающими с ними справиться и фильтровать их. Человек стал «совершенно беззащитен перед тем огромным количеством сведений, которые неограниченно и беспрепятственно поступают из разных источников»<sup>4</sup>. Логичная реакция на эту незащищенность – стереотипизация и стереотипное мышление, упрощённые коды для понимания действительности, всегда служившие человеку «бастионом» комфортного существования. Упорядоченные и непротиворечивые, они упрощают и сокращают процесс познания и восприятия, и, согласно Уолтеру Липпману, помогают чувствовать себя в безопасности<sup>5</sup>, что первоначально для существования в хаотичном потоке информации.

---

<sup>1</sup> Термин «третья волна» введён Э. Тоффлером в книге «Третья волна» в 1980 году.

<sup>2</sup> Термин введён Н. Аберкромби и Б. Лонгхерстом. Abercrombie N, B. Longhurst Audiences. A social theory of performance and imagination / Nicholas Abercrombie, Brian Longhurst. – London: Sage Publications, 1998.–Текст: непосредственный. – С. 65.

<sup>3</sup> Термин введён Ф. Гриенком. Гриенок Ф. Клиповое сознание / Ф. Гриенок– М.: Проспект, 2015. –Текст: непосредственный. – С. 8.

<sup>4</sup> Ажимова Л. В. Жан Бодрийяр о феномене массовых коммуникаций в обществе потребления / Л.В. Ажимова – Текст : электронный // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2012. – № 3(19). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhan-bodriyyar-o-fenomene-massovykh-kommunikatsiy-v-obschestve-potrebleniya>

<sup>5</sup> Липпман У. Общественное мнение / Пер. С англ. Т.В. Бачуровой.– М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – С.109

Журналистика является одним из главных акторов процесса формирования информационного поля. Существует расхожее мнение, что СМИ представляют собой средства формирования стереотипов в обществе, подобно Кроносу, пожирающему своих детей: порождают то, что люди используют для защиты от них же. Тем не менее, сама журналистика и профессия журналиста окружены стереотипами не меньше (если не больше), чем профессия врача или пожарного.

Отметим наиболее важные характеристики стереотипов:

– В процессе познания человек бессознательно движим не желанием получить независимую и объективную информацию, а стремлением «укрепиться в своём первоначальном мнении»,<sup>1</sup> поэтому стереотипы начинают действовать ещё до того, как включается разум.

– Стереотипы состоят из двух компонентов: рационального (знание) и чувственного (отношение). В системе стереотипов эмоционально-чувственная составляющая доминирует над знанием, а ценностное превалирует над истинным.

– Стереотипы очень устойчивы и тяжело поддаются изменению, так как существование в системе стереотипов даёт человеку чувство безопасности и надёжности.

Далее рассмотрим основные стереотипные представления о журналистике и журналистах.

Наиболее устойчивым стереотипом о журналистике является представление о ней, как о зеркале реальной жизни, передающем фактическую информацию. Однако данный подход к пониманию природы медиа не вполне корректен в настоящее время. Расхождение или, наоборот, совпадение с данным идеалом медиа порождают основные стереотипы о журналистике: несоответствие – отрицательные, соответствие – положительные. Любая информация, поступающая от медиума к реципиенту в определённой степени интерпретирована и форматирована: включена в контекст или вырвана из него, отсортирована в нужном порядке. Всё, что подано аудио-визуальным способом – сделано камерой и смонтировано.

---

<sup>1</sup> Боксер В.О. Большие бренды всегда правы. Интернет на подхвате у телевидения / В.О. Боксер – Текст : непосредственный // Искусство кино. – 2015. – № 4. – С. 76.

Сами СМИ постулируют и отстаивают свою функцию «зеркала» происходящего, поэтому явления, противоречащие такому стереотипу (подтасовка фактов, их искажение, сфабрикованные новости) воспринимаются аудиторией крайне болезненно: как посягательство на защитную среду, создаваемую стереотипами, и комфортное существование. Отсюда проистекают укоренившиеся отрицательные стереотипы о журналистах и журналистике – обобщённые и упрощённые отрицательные характеристики, идущие вразрез с декларируемыми журналистскими ценностями. Приведём наиболее распространённые из них:

– СМИ – продажные. Так как всё для них решают деньги, то представленные ими факты могут быть искажены, подтасованы, а истории – сфабрикованы. Так, согласно результатам опроса фонда «Медиастандарт», исследующего образ журналиста в массовом сознании, «45% опрошенных заявили, что у них часто складывается ощущение, что журналисты их обманывают».<sup>1</sup>

– Стереотипы, связанные с образом жёлтой прессы (журналист вторгается в частную жизнь, назойлив, его интересуют только сенсации). С этим тесно связан образ «папарацци» (пришедший из «Сладкой жизни» Ф. Феллини). Цели таких журналистов (зачастую это не общественные интересы, а интересы общества<sup>2</sup>) всегда оправдывают средства. Например, согласно результатам вышеуказанного социологического исследования, 56% респондентов считают журналистов «наглыми и назойливыми».<sup>3</sup> Среди ответов опрошенных это наиболее популярная отрицательная черта журналиста. Ещё раз обратим внимание, что в данном опросе критерии для оценки качеств журналистов отбирались именно на основе используемых характеристик журналиста в произведениях литературы и кинематографа.

---

<sup>1</sup> Образ журналистов в массовом сознании россиян / Москва: Циркон, 2018. – Текст: электронный. – С.12 – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz\\_zhurnalistov-2018\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz_zhurnalistov-2018_otchet.pdf)

<sup>2</sup> Randall D. The universal journalist / D. Randall – London: Pluto Press, 2016 – Текст: непосредственный. – С. 32.

<sup>3</sup> <sup>3</sup> Образ журналистов в массовом сознании россиян / Москва: Циркон, 2018. – Текст: электронный. – С.33 – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz\\_zhurnalistov-2018\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz_zhurnalistov-2018_otchet.pdf)

– Журналист – зависимый и подотчётный, всегда действует в чьих-то интересах (будь то бизнеса или властей) и манипулирует общественным мнением. С этим связано и мнение о журналистике, как о средстве пропаганды. Таких представлений придерживаются 50% респондентов<sup>1</sup>, и также 50% склонны не доверять СМИ.<sup>2</sup> Опрос Левада-центра также фиксирует снижение уровня доверия к СМИ: телевидению доверяют 55% опрошенных, а «десять лет назад данная цифра была на треть выше – 80% населения»<sup>3</sup>. Само журналистское сообщество в отношении доверия к себе ещё более пессимистично: 77% опрошенных журналистов считают, что «журналисты не пользуются доверием со стороны общества»<sup>4</sup>. Это значит, что одна из основ профессии, положение «доверие аудитории – главный социальный капитал журналистики»<sup>5</sup>, в настоящее время в России близится к исчерпанию.

Ознакомившись с основными отрицательными стереотипами о журналистах, можно сделать предположение о том, что они столь популярны среди населения, так как являют собой «догадки» о профессии, умалчиваемые и непроизносимые в официальной повестке, отрицаемые самим журналистским сообществом.

Но существуют и позитивные стереотипы: гиперболизированные, возведённые в культ и упрощённые представления о всех лучших качествах журналистов и идеализированных функциях самой журналистики. Назовём их эталонами:

– Журналист – борец за свободу слова, стремящийся донести истину до аудитории, раскрыть правду. Его методы честны и законны, используемые факты достоверны и правдивы, отражают действительное положение дел.

---

<sup>1</sup> Образ журналистов в массовом сознании россиян / Москва: Циркон. 2018. – Текст: электронный. – С.40. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz\\_zhurnalistov-2018\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz_zhurnalistov-2018_otchet.pdf)

<sup>2</sup> Там же, с.9.

<sup>3</sup> Волков Д., Гончаров С. Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, интернет и социальные сети (аналитический отчёт) – Текст: электронный // Левада-центр – 2019 – 1 авг. – URL: <https://www.levada.ru/2019/08/01/21088/>

<sup>4</sup> Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе / Москва: Циркон. 2017. – С.80. – Текст: электронный. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty_otchet.pdf)

<sup>5</sup> Яковенко И. А. Разорванная профессия / И. А. Яковенко – Текст : электронный // Новая газета – 2007. – 4 июн. – URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2007/06/05/33252-razorvannaya-professiya>

– Интересы журналиста – общественно значимые, он действует в общественных интересах и на благо общества. Своё положение он использует для борьбы с пороками общества и власти. Такое представление часто связывают с эталонным понятием «журналистика – четвёртая власть». Так, 55% опрошенных фондом «Медиастандарт» верят в то, что «большинство журналистов искренне стремятся улучшить жизнь в России».<sup>1</sup>

Наблюдается существенное расхождение между реальностью и созданным образом журналистики, в наибольшей степени это заметно в разнице представлений о профессии у самих журналистов и у людей, не относящихся к данной профессии. Профессия журналиста «скорее пользуется уважением» у большинства россиян: так считают 65% респондентов вышеуказанного опроса.<sup>2</sup> Эти данные резко контрастируют с мнением самих журналистов. Лишь 15% респондентов-журналистов согласились с тем, что их профессия «скорее уважаемая».<sup>3</sup>

Наиболее важным результатом исследования «Образ журналиста в массовом сознании россиян» явилась фиксация диссонанса в общественном сознании во многих представлениях о журналистах. Например, 60% респондентов согласны с тем, что журналисты – «зависимые, подневольные люди, действующие в интересах своих руководителей» и, одновременно с этим, большинство респондентов отмечает, что журналисты «работают из идейных соображений» и «искренне стремятся улучшить жизнь в России».<sup>4</sup>

Такое же расхождение наблюдается и при сравнении оценки журналистов массовой аудиторией и самим журналистским сообществом. 81% опрошенных журналистов считает, что «представители журналисткой профессии не являются

---

<sup>1</sup> Образ журналистов в массовом сознании россиян / Москва: Циркон. 2018. – Текст: электронный. – С.39. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz\\_zhurnalistov-2018\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz_zhurnalistov-2018_otchet.pdf)

<sup>2</sup> Там же, с. 14.

<sup>3</sup> Дергачев В. Средства массового недоверия / В. Дергачев – Текст: электронный// РБК – 2018 – 22 окт. – URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/10/23/5bcc97729a7947e625fc02ba>

<sup>4</sup> Образ журналистов в массовом сознании россиян / Москва: Циркон. 2018. – Текст: электронный. – С.3. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz\\_zhurnalistov-2018\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz_zhurnalistov-2018_otchet.pdf)

свободными и самостоятельными».<sup>1</sup> В массовом же сознании сложился иной образ: лишь 38% считают журналистов несвободными.<sup>2</sup>

Важным для исследования является и ещё один вывод фонда «Медиастандарт»: респонденты, лично знакомые с журналистами, воспринимают их более негативно. Те же, кто судит о них опосредованно (по фильмам, книгам и т.д.) «значительно чаще считают журналистов компетентными и эрудированными, честными и порядочными людьми».<sup>3</sup> Это позволяет выдвинуть гипотезу о том, что кинематограф формирует у людей ложные представления о профессии журналиста. Также на основе анализа статистических данных вышеуказанного исследования можно выдвинуть гипотезу о формировании интернет-кинопродукцией альтернативной точки зрения на журналистику: согласно опросу, респонденты, предпочитающие интернет-источники, склонны к более негативному отношению к журналистике и журналистам<sup>4</sup>. С этим же связан сдвиг в сторону более негативного восприятия журналистов молодёжью.<sup>5</sup>

Между действительностью и сложившимся в массовом сознании образом наблюдается диссонанс. Стереотипы о журналистике и журналистах укоренились в обществе и, воспроизводимые на постоянной основе, с трудом поддаются изменению и развенчанию. Циркулирующие в массах, они активно используются во многих областях общественной и культурной жизни современного российского общества, находя подкрепление в одной из наиболее важных сфер формирования образов массового сознания – кинематографе.

---

<sup>1</sup> Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе / Москва: Циркон. 2017. – Текст: электронный. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty_otchet.pdf)

<sup>2</sup> Образ журналистов в массовом сознании россиян / Москва: Циркон. 2018. – Текст: электронный. – С. 17. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz\\_zhurnalistov-2018\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz_zhurnalistov-2018_otchet.pdf)

<sup>3</sup> Там же, с. 44.

<sup>4</sup> Там же, с. 56.

<sup>5</sup> Там же.

## Глава 2. Кинематограф как важнейшая интерпретация реальности XXI века

### 2.1. Журналистика и кинематограф

Кино не отражает реальности, однако имеет непосредственное влияние на отношение к ней и её восприятие аудиторией: значительная часть нынешнего опыта людей опосредована кинематографом, формирующим мировоззрения целых поколений. Кино творит мифологию, поэтому так велико его влияние: мифология, сопряжённая с лучшими технологическими достижениями – залог успеха, выпавший на долю современного кинематографа.

У журналистики и кинематографа много общего, но, пожалуй, главное заключается в следующем: и первая, и вторая являются собой интерпретированные ответы на вопросы современного общества. Неспособные дать объективного взгляда на мир, они создают альтернативную реальность. Вспомним телесюжет первого канала о «распятом мальчике»<sup>1</sup> и в подтверждение тому высказывание Анатолия Прохорова: «ТВ ничего не отражает, ТВ ничего не заменяет – ТВ создаёт реальность. Таковую, какую считает нужным».<sup>2</sup> Существовая в мире виртуальном, в форматированной реальности, и кино, и журналистика моделируют поведенческие модели в мире реальном, действительности.

Люди, далёкие от профессии журналиста, получают знания о ней не только через ознакомление с журналистскими материалами (будь то печатными, телевизионными или сетевыми), но и через массовую культуру, дающую представления о профессии путём создания художественных образов. В современном мире одним из наиболее доступных и отвечающим всем запросам времени каналом передачи и распространения массовой культуры является кинематограф. Можно выдвинуть предположение о том, что представления российского общества о журналистике во многом формируются благодаря художественным

---

<sup>1</sup> Беженка из Славянска вспоминает, как при ней казнили маленького сына и жену ополченца // Первый канал – 2014. – 12 июля. – URL: [http://www.1tv.ru/news/2014-07-12/37175-bezhenka\\_iz\\_slavyanska\\_vspominaet\\_kak\\_pri\\_ney\\_kaznili\\_malenkogo\\_syna\\_i\\_zhenu\\_opolchentsa](http://www.1tv.ru/news/2014-07-12/37175-bezhenka_iz_slavyanska_vspominaet_kak_pri_ney_kaznili_malenkogo_syna_i_zhenu_opolchentsa)

<sup>2</sup> Васильева Ж. Анатолий Прохоров: «Телевидение – смутный субъект желаний» / Ж. Васильева – Текст : электронный // Искусство кино. – 2004. – №11. – URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2004/11/n11-article17>

образам, созданным кинематографом. Однако на данный момент в российской практике отсутствуют социологические исследования, способные обосновать это предположение.

Вместе с тем следует подчеркнуть способ получения моделей и знаний о действительности молодым поколением, чей опыт опосредован интернетом, видео и кино-контентом ещё более, чем у предыдущих поколений. Для современного человека «электронного общества», выражаясь терминами Маршалла Маклюэна, горячие медиа (а именно к ним Маклюэн отнёс кино)<sup>1</sup> играют важнейшую роль в познании окружающей действительности. Помимо привычек медиапотребления молодёжи, нельзя обратить внимание и на смену привычек медиапотребления в целом ввиду современных социальных реалий пандемии COVID-19. Получение людьми эмпирического опыта резко ограничилось, а функции его передачи перешли к стримминговым платформам и иным интернет/телересурсам. Дефицит жизненного, непосредственного опыта восполнялся (и продолжает восполняться) путём его замены на опыт опосредованный, художественный. Пожалуй, наиболее ярким примером тому является невероятно возросшая за период карантина популярность стриммингового сервиса Netflix.

Возвращаясь к связи кинематографа и журналистики, отметим, что та стереотипизация профессии, которая была описана ранее, во многом является заслугой кинематографа. Благодаря эмоционально-образной составляющей кинематографа, созданные им художественные образы не обыденны и скучны, а, с целью привлечения зрителя, гиперболизированы (в сторону негативную или позитивную) и репрезентуют наиболее экстремальные эпизоды журналистской деятельности, в большей степени способные приблизить зрителя к катарсису и заставить сопереживать герою. Так, привычным для зрителя стало представление, что журналист – это непременно охотник за острыми новостями, попадающий в затруднительные или опасные ситуации, или что в редакции всегда царит переполох.

---

<sup>1</sup> Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – Текст: непосредственный. С. 27.



Зрителю намного интереснее наблюдать за таким развитием событий, нежели представлять, что работа журналиста – это скучное каждодневное набирание текстов за ноутбуком, перефразирование уже написанных новостей.

Версия действительности журналистской деятельности в кинематографе формирует и отношение его аудитории к реальному положению дел, и саму реальность. Охотно веря в экранный художественный образ, аудитории тяжелее определить, что реальнее: образ из жизни или привлекательный художественный образ кинематографа, и, как следствие, выбрать, чему верить. Так, происходит слияние медийной и эмпирической реальности: зачастую верить образу с экрана намного приятнее.

## **2.2. Кинематограф: образы, стереотипы и мифологемы**

Для дальнейшего анализа кинофильмов и сериалов определим термины. Первый – художественный образ. «Кинематографический образ по своей внутренней структуре есть живой синтез выразительных средств, обобщающих жизнь одновременно в разных планах».<sup>1</sup> У художественного образа в кинематографе (учитывая всю широту его конкретно-изобразительных возможностей) особое положение: это образ аудио-визуальный, синтетический, поэтому он способен в наибольшей степени приблизить зрителя к ощущению реального действия на экране.

Образ в кинематографе неразрывно связан с понятием стереотипа и может быть как его проводником, так и его источником (например, фотограф Папараццо из фильма Ф. Феллини «Сладкая жизнь»). Художественный кинематографический образ, наполненный стереотипами (как известно, восходящими к бессознательному и чувственному) позволяет наиболее успешно достичь процесса идентификации зрителя с героем. В этом и заключается причина повсеместного использования стереотипов о журналистах в российском кинематографе.

---

<sup>1</sup> Рзаева Н. С. О кинематографическом образе / Н. С. Рзаева – Текст: электронный// МНИЖ. – 2013. – №9-3 (16). – С.53. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-kinematograficheskom-obraze>

Согласно Уолтеру Липпману, «самые тонкие и самые распространённые механизмы воздействия – это те, что создают и поддерживают репертуар стереотипов».<sup>1</sup> Пожалуй, именно по данной схеме работает воспроизводство журналистских образов в российском кинематографе. Он наиболее полно отражает самые поверхностные представления о российской журналистике и журналистах и, одновременно с этим, наиболее активно способствует их распространению.

Проанализировав фильмы и сериалы российского кинематографа за 2000-2020 годы, автор пришёл к выводу, что использование стереотипов о журналистах является одним из ключевых подходов в создании журналистского образа. Стереотипы, некоторые заведомо ложные и устаревшие, в российском кинематографе мультиплицируются на постоянной основе. Представляется, что воспроизведение стереотипов, ориентированных на успех произведения у зрителя, происходит по следующей схеме: «если то, на что мы смотрим, совпадает с тем, что мы ожидали увидеть, стереотип получает дополнительное подкрепление на будущее».<sup>2</sup>

Кроме этого, нельзя не обратить внимание на частоту использования в российском кинематографе не только профессиональных, но и гендерных стереотипов. Так, автором отмечено значительное расхождение в репрезентации женщин-журналисток и мужчин-журналистов, что имеет непосредственное влияние на представление ценностно-нравственных ориентиров героев.

Ещё одним ключевым понятием для анализа является мифологическая составляющая: метасюжеты или мифологемы. Кинематограф зачастую помещает образы и сопутствующие им стереотипы в определённые клишированные сюжетные модели, на которых, помимо кинематографа, основываются и многие другие виды искусства.

Метасюжет/ мифологема – это универсальный, глобальный сюжет, который может быть отделён от своего исторического фона и перенесён в любой другой.

---

<sup>1</sup> Липпман У. Общественное мнение / Пер. С англ. Т.В. Бачуровой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – с. 104

<sup>2</sup> Там же, с. 111.

Корнями они восходят, подобно стереотипам, к бессознательному и чувственному и позволяют зрителю ощутить сопричастность к видимому и идентифицировать себя с героями, что приводит к бессознательному одобрению (в самом широком смысле данного понятия). Массовая мифология проецируется на любые сюжеты. То, насколько сюжет и герои будут соответствовать мифам (насколько сценаристы угадают подходящую времени мифологию), определяет и успех у широкой публики (что особенно актуально для мейнстримного кинематографа).

Чтобы оказать должное влияние на массового зрителя, метасюжеты должны совпадать с актуальной для общества проблематикой и содержать необходимый аудитории в данный момент времени жизненный опыт. Зачастую для такого совпадения мифологемы обрамляются современными социокультурными реалиями.

Автором выделены два основных направления мифологии в стереотипизированном образе журналиста в российском кинематографе анализируемого периода (2000-2020):

- 1) Мифология успокаивающего идеала. Столкновение добра со злом и победа первого.

- 2) Мифология эскапизма как глобальное представление о российской журналистике. За немногими исключениями все образы представляют собой устаревшие взгляды на профессию журналиста и его деятельность, а так же на принципы, по которым журналистика действует. Фактически мифология эскапизма являет собой обращение к сюжетам, похожим на «сказки», позволяющие забыть о проблемах реальности.

Далее рассмотрим применение конкретных метасюжетов и стереотипов к журналистским образам на примере российского кинематографа 2000-2020 годов.

### **Глава 3. Российское кино (2000-2020): содержательный анализ**

Данная глава не имеет целью пересказать сюжетный ход кинофильмов и сериалов, описать в его рамках наиболее полно все действия героев, а также дать рецензию (тем не менее представляется невозможным избежать критических суждений). Более, чем сюжетный ход, нас интересуют отличительные черты журналистского образа, ход мыслей героев, их нравственно-ценностные ориентиры, а также всё связанное с отечественной журналистикой в целом – суждения героев о ней, критика, замечания. С особым вниманием рассматриваются применяемые к журналистским образам стереотипы и мифологемы.

Для систематизации образов журналистов, полученных в ходе анализа кино-материалов, ленты сгруппированы по соответствующим тематическим параграфам/смысловым категориям, выделенным автором.

#### **3.1 Журналист, бандиты и силовые структуры**

Становление образа журналиста, существующего в бандитской парадигме и тесно связанного с силовыми структурами (в особенности с полицией), начинается в конце 90-х – начале 2000-х годов с создания сериала «Бандитский Петербург» (по книгам А. Константинова), культовым образом которого стал образ журналиста Андрея Обнорского (Серёгина). Такая репрезентация образа журналиста в данном периоде представляется режиссёрской попыткой осмысления реальности или ближайшего прошлого, а также тесно связана со смысловым и содержательным наполнением самих СМИ того времени (в особенности телевидения). Для исследования не представляют интереса сюжетные ходы «Бандитского Петербурга» и последующих сериалов, которые будут проанализированы в данном параграфе (ввиду их смысловой идентичности). А так как мифологема у всех их героев также одна, дадим журналистским образам только краткие характеристики.

Эталонный образ Александра Обнорского заложил базис для формирования последующих журналистских образов, существующих в «системе координат» бандитов и органов правопорядка. Базовые характеристики его образа таковы:

он пишет в основном на криминальные темы (что и является его основной сферой интересов), тесно связан с органами правопорядка и имеет в них множественные связи. Журналист обличает бандитов и становится их главным врагом, часто балансируя на грани жизни и смерти, одновременно с этим не имея возможности доверять и органам правопорядка, контролируемым криминалитетом. Важный этап для биографии – отбывание тюремного срока по сфабрикованному делу. Нравственные качества: справедлив, честен, смел, но одновременно с этим способен и на убийство (хотя убийство бандитов, как отрицательных героев, в сериале с моральной точки зрения как бы оправдывается).

В большей или меньшей степени, но все данные черты впоследствии будут использоваться в российском кинематографе для изображения образа «криминального» журналиста. В дальнейшем на телевидении образ Обнорского активно воспроизводился: так, он появляется в сериалах «Агентство «Золотая пуля» (2002), «Русский перевод» (2006-2007), «Свой-чужой» (2006), «Защита свидетелей» (2011).

Его «последователем» является образ журналиста Кирилла Данилова (сериал «Срочно в номер» (2007-2011)), сотрудника журнала «Мир вокруг нас». Журналист полноценно может быть назван следователем: каждую серию он расследует преступления (зачастую успешнее, чем полиция), сам становится жертвой преступников, и лишь небольшое экранное время уделено его работе в редакции – обычно репрезентация ограничивается разговорами с редактором, который торопит Данилова с написанием статей. Работа журналиста тесно связана с детальностью милиции: он освещает работу сотрудников, берёт на себя их обязанности, приезжает на все вызовы. Удивительно метафоричным оказывается название журнала, в котором работает Данилов, ведь по его версии мир вокруг – это воровство, разбой, убийства и несправедливость. И данному миру его образ противопоставлен: Данилов честный, справедливый, помогает людям и карает преступников.

Однако существование образа журналиста в парадигме силовых структур и криминала не ограничивается исключительно телевизионными сериалами. В

2007 году выходит фильм «Консервы», в котором представлен образ журналиста Игоря Давыдова. Он получает диск с доказательствами того, что один из высокопоставленных чиновников поставляет из России террористам уран для ядерного оружия (под видом консервов) и намеревается опубликовать это, за что причастные к данному делу сотрудники ФСБ способствуют его отправке в тюрьму по сфабрикованному делу (вспомним заложенный в «Бандитском Петербурге» мотив отбывания тюремного срока по сфабрикованному обвинению). Во время тюремного заключения и после побега из него журналист подвергается тяжёлым испытаниям, которые в определённой степени романтизируются, закрепляя за Игорем Давыдовым образ «страдающего праведника».

Образ «страдающего праведника», жаждущего справедливости и раскрытия правды, свойственен всем героям-журналистам, рассматриваемым в данном параграфе. Они существуют в мифе вечной борьбы, где проблемы решаются силовым путём и порой в обход правового поля. Помещённые в данный миф, образы журналистов наделяются функциями не просто четвёртой власти, а фактических вершителей справедливости и правосудия. Несмотря на то, что они существуют рука об руку с криминалитетом или несостоятельными работниками правоохранительных органов, сами представители четвертой власти предстают перед зрителями как герои положительные, а любые их действия оправдываются благородными целями.

Сюжетный ход «борьбы» и восстановления справедливости главенствует над раскрытием внутренних качеств и нравственных ценностей героя-журналиста, что обусловлено жанровой принадлежностью лент: это боевики, триллеры, криминал. Частотность изображения образов представителей криминальной журналистики и их особая популярность может быть обоснована успехом сочетания вечного мифа о борьбе добра со злом и привлекательной социокультурной составляющей «лихих девяностых». Погружение героев-журналистов в криминальную систему – отражение потенциальных страхов зрителей, а соотнесение негативного опыта героев со страхами собственной жизни способствует ассоциации с героем и установление с ним психологической связи. Установление такой

связи сильно влияет на зрительское восприятие, поэтому образы, с которыми происходит ассоциация, очень прочно закрепляются в сознании.

На протяжении более чем десятилетия в российском кинематографе воспроизводились устаревшие смысловые матрицы России девяностых годов: и если изначально это являлось запоздалой рефлексией опыта прошлого десятилетия, то позже переросло в эскапизм от реальности. А существующий в них образ журналиста прочно закрепился в массовом сознании.

### **3.2. Журналист и личностный кризис**

По мере содержательного анализа лент российского кинематографа за период 2000-2020 годов автором было отмечено исключительно редкое изображение личностных проблем журналистов, их нравственных качеств и внутреннего мира. Категории осознания своего положения в современной времени системе ценностей, а также восхождение или наоборот спуск по лестнице моральных норм не становятся центром внимания режиссёров. Автором выделены два фильма, соответствующие данному смысловому полю. Стоит отметить, что данные ленты, скорее, относятся к авторскому кино, чем и определяется их проблематика:

«В движении» (2002). В ходе анализа автором отмечено сходство драматургии главного героя Александра Гурьева с Марчелло, героем хрестоматийного фильма о судьбе журналиста «Сладкая жизнь» Ф. Феллини. Тем не менее, картина «В движении» не является официальным ремейком, поэтому все сходства предложено считать аллюзиями и реминисценциями.

Образ Гурьева интересен именно с точки зрения рассмотрения личностных, экзистенциальных проблем журналиста. «В движении» является одним из немногих российских фильмов про журналистов, в которых событийная линия не затмевает линию повествования о внутренних проблемах героя, и вторая превалирует над первой: герой надломлен и погружен в рефлексии. Именно поэтому данный фильм можно отнести к метасюжету «Гамлет», столь непопулярному в наши дни из-за того, что в его центре находятся внутренние проблемы человека, а не внешние события сюжета. Для массовой аудитории важна успешная

самореализация героя, успокаивающий идеал, показывающий, как должно быть, а не как есть, что в мифе «Гамлет» отсутствует.

Александр Гурьев помещён в рамки современности (на начало 2000-х годов), а современность и современный герой есть тема для освещения наиболее сложная. Он представитель новых русских, о которых сам и пишет: сфера его журналистской деятельности сводится к максимизации личной прибыли, скандалам с участием звёзд и категориям рейтинга и тиража. Так, Гурьев продаёт интервью с человеком, который уже умер, доказывая необходимость приобретения статьи тем, что материал написан «захватывающе». Самого же героя другие характеризуют как «богемного журналюгу», вместо приветствия спрашивают, «какживает продажная пресса?» и советуют: «Пиши про своих певичек, про песенки, а куда не надо не суйся». Гурьеву сенсации обходятся недёшево: за вторжение в частную жизнь его избивают в туалетах ночных клубов, завсегдаем которых он является. Помимо этого, на нем висит несколько судебных процессов за клевету.

В образе Гурьева реализуются всё те же вечные и наиболее популярные в массовом сознании представления о журналисте жёлтой прессы, для которого высшей ценностью являются деньги. Отметим употребление по отношению к нему характеристики «журналюга». Такое определение само по себе может выступать в роли стереотипа: это журналист наглый, низких нравственных качеств, поступающий журналистскими ценностями ради материальной выгоды.

Образ Гурьева, тем не менее, становится одним из немногих российских кинематографических образов журналиста, приходящих к осознанию несостоятельности своей жизни и своих действий. И хотя это осознание приходит к нему только после трагических событий (убийства его подруги фотографа из-за фотографий, на которых запечатлена жена влиятельного человека в компании другого мужчины), важен сам факт этого осознания. Сам по себе Гурьев герой негероический, но героична его открывшаяся способность к рефлексии, внутреннее беспокойство своим существованием и нравственная осознанность.



Тот факт, что герой-журналист обретает личную независимость и внутренне снимает с себя оковы стереотипа о «богемном журналюге», охотнике за сенсациями – явление, можно сказать, беспрецедентное в российском кинематографе. «Я чудовищно виноват, я конченный человек. Но я ведь всё ещё могу писать, может быть, я смогу написать роман?» – финальная сцена фильма крайне символична: Александр бежит против движения по вагонам электрички, пытаясь выбраться из неё, что ему не удаётся. Это может быть интерпретировано как символ бегства Гурьева от социальной реальности своего времени, от реалий жизни, в которых он существовал, от прошлого: пока это бегство не приносит плодов, но предпринятая им попытка крайне важна.

Ещё один из немногих авторских взглядов на журналиста, переживающего личностный кризис, свободного от стереотипов о журналисте как охотнике за сенсациями или акторе в мире бандитов, находим также в киноальманахе «Короткое замыкание» (2009), в первой новелле под названием «Позор». Перед нами образ молодого журналиста Саши, также погруженного в мифологему «Гамлет». Первые минуты киноновеллы занимает его аскетичный разговор с редактором:

- Тебе нравится в редакции?
- Нравится.
- Ты хочешь развиваться? План есть?
- Не знаю.
- Хочешь быть журналистом?
- Не знаю.

Саше поручают редакционное задание: опросить жильцов, недовольных заменой труб. Перед тем как уйти, он спрашивает: «Мы вообще за кого?». Фраза показательная: от того, на чьей стороне редакция, зависит угол освещения события. В данной сцене поднимается вопрос о независимости журналиста и прессы, представления о которой в массовом сознании наиболее разнятся с действительностью, констатируемой самими журналистами. Проблема несвободы журналистов довольно редко поднимается в российской кинокультуре, и киноальманах «Короткое замыкание» является одним из редких исключений. Учитывая

влияние, оказываемое кинематографом на массовое сознание, можно предположить, что представления массовой аудитории о российских СМИ как свободных также поддерживаются тем фактом, что в серьёзном (некомедийном) российском кино исследуемого периода вопросы о её несвободе почти не становятся предметом рефлексии.

Попытки Саши опросить жителей по поводу ремонта теплотрассы ни к чему не приводят: одни не знают о нём, другие говорят на отвлечённые темы (о недовольстве властью, например), а он не находит решения лучше, чем просто отвечать им «спасибо». Героя совершенно не интересует его работа в целом и ремонт на теплотрассе в частности. В конце он выплёскивает все свои мысли в монолог (до этого, стоит отметить, он был совсем немногословен). Саша говорит, что ему всё равно и на задание, которое ему дали, «и на другое всё всё равно, потому что я не знаю, как говорить и что».

Подчеркнём важность данного монолога в исследовании проблематики образа журналиста в российском кинематографе: героем поднимается проблема кризиса языка, проговаривается неспособность освещения новостей без новостей. И если в данном случае такой монолог можно назвать «тихим бунтом» против «издержек» профессии, с которыми герой не хочет мириться, то большинство других экранных героев-журналистов выходит из положения по-другому. Они режиссируют реальность и сами создают информационные поводы, о чем речь пойдёт в следующем параграфе.

### **3. 3. Журналист и режиссирование реальности**

Форматированная журналистами реальность – тема нередко затрагиваемая в кинематографе. Весьма часто создателями медийной реальности становятся тележурналисты, и именно телевидение изображается как сфера, способная изменить представления зрителей о действительности или же полностью срежиссировать её. Тем не менее, существуют образы и работников радио, и печатной прессы, которые также (так или иначе, по ошибке или намеренно) воплощают через СМИ в жизнь то, что ей не является.

В рамках исследуемого периода (2000-2020) одним из первых произведений российского кинематографа, посвящённых данной теме, стал мини-сериал «Большая прогулка» (2005), повествующий о создании на российском телевидении реалити-шоу.

Участников шоу «Любой ценой» (не знающих о том, что они участвуют в шоу и их снимают) намеренно подвергают опасности (сталкивают с бандитами, убийцами, ворами и прочими преступниками), чтобы, заставляя поверить в реальность происходящего, вызвать наибольший интерес у зрителей. Фактически речь идёт о монетизации бед и страданий других людей.

Основной журналистский образ «Большой прогулки» – продюсер и шеф проекта Маргарита Андреевна/Рита. Более всего её волнуют, во-первых, рейтинги шоу, во-вторых, отношения со спонсорами (ювелирной компанией). В шоу она максимально продвигает продакт-плейсмент и требует от участников «бóльших эмоций» к продукции спонсоров. Рита – властная, строгая, грубая начальница, всегда отчитывающая съёмочную группу и грозящая увольнением её членам. Её обычная речь – на повышенных тонах и в приказном тоне. Почти все появления Маргариты Андреевны на экране журналистка изображается разговаривающей по телефону, что указывает на её вечную занятость, в основном касающуюся бизнес-вопросов. Когда планы Риты срываются, она произносит: «Моё шоу закончится, когда я сниму финал. Любой ценой».

Стереотипы, используемые в образе Маргариты Андреевны, это: журналист-манипулятор и журналист, зависимый от спонсоров и бизнес-составляющей его работы. Как для журналиста-манипулятора, её образу свойственно положение «цель оправдывает средства», фраза о снятии финала любой ценой вложена в уста самой героини. В данном случае целью, которой можно всё оправдать, являются рейтинги реалити-шоу, которые полностью определяют нравственные устои журналистки. Её девизом становится фраза «the show must go on», а иллюстрацией безнравственности журналистки может служить, например, данная сцена: одному из участников шоу требуется операция, и Маргарита Андреевна поручает установить в операционной скрытую камеру и заснять весь процесс.

Антигерою Рите противопоставлен образ журналистки Яны, переживающей нравственное становление: от идейной вдохновительницы «Любой ценой», играющей в нём ничего не подозревающую участницу, до разоблачительницы создателей данного шоу и инфотейнмента на телевидении в целом. В прямом эфире она вместо того, чтобы идти по сценарию, произносит: «Люди, которые делали это шоу – циничные мерзавцы, готовые на все ради славы и рейтинга». С нравственным преобразованием образа Яны связан и ключевой метасюжет «Большой прогулки»: успокаивающий идеал, в котором добро торжествует над злом, и последнее (в лице телевизионщиков) получает своё наказание, а справедливость восстанавливается. В определённой степени развивается и метасюжет «Золушка»: Яне, которой воздалось за её нравственное перерождение и честность, полагается и обретение принца, и успешная реализация в семейной жизни. Такое развитие будет наблюдаться в данной работе ещё не раз и связно более со стереотипами гендерными.

Ключевым кодом «Большой прогулки» можно назвать осмысление процесса смещения реальности и телереальности. Так, демонстрируется, что режиссирование телевидением реальности приводит к тому, что участники реалити-шоу теряют грань между реальностью медийной и эмпирической: взятые в заложники в действительности, они не верят этому и (уже зная о том, что они участвовали в шоу) не осознают настоящей опасности, утверждая, что такие события – ещё один сценарный ход. Так представлены последствия феномена инфотейнмент (информируя, развлекай) и развлекательной функции телевидения в целом.

В связи с этим приведём поразительную статистику о мнении россиян по поводу функций журналистики: 70% опрошенных в ходе исследования «Образ журналистов в массовом сознании россиян» согласились с высказыванием «журналисты хорошо развлекают аудиторию, позволяют отвлечься от забот».<sup>1</sup> Таким образом, к 2018 году (год опроса) процесс трансформации журналистики в средство развлечения практически достиг своей вершины.

---

<sup>1</sup> Образ журналистов в массовом сознании россиян / Москва: Циркон. 2018. – Текст: электронный. – С. 40. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz\\_zhurnalistov-2018\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz_zhurnalistov-2018_otchet.pdf)

Во многом проблема инфотейнмента затрагивается и в комедийной ленте «День радио» (2008). Она повествует о конструировании реальности радиоведущими, главных-героев журналистов в ней исполняет «Квартет И». Стоит отметить, что из всех журналистских сфер освещение деятельности работников радио получает наименьшую репрезентацию в российском кинематографе. Жанр фильма (комедия), определяет все сюжетные движения ведущих «Как бы радио», а также наполнение их художественных образов.

В центре сюжета – искажение и намеренная фабрикация новостного события. В поисках темы для радиомарафона журналисты находят новость о том, что в Японском море потерял управление маленький плавучий цирк. Журналисты гиперболизируют событие, создавая из него катастрофу и сенсацию: придумывают, что на борту находятся 100 зверей (в реальности 11): уникальные животные (виды, например, «подкустовый приползень», они также изобретают сами), которые сохранились на земле в последнем экземпляре. В итоге их новость превращается в «Мир на грани зоокатастрофы», а в проведении такого эфира журналистам помогает крепкий алкоголь. Пообещав спонсору участие в эфире Брижит Бордо (чего журналисты не могли себе позволить), герои вместо её ответов на вопросы подставляют ответы из записанного на диктофон урока французского.

Все поступки радиийщиков определяются рейтингами программы (зависимостью от спонсоров) и соперничеством с другой радиостанцией-конкурентом. Зависимость журналистки от спонсоров и коммерциализация медиа становятся ключевыми поднимаемыми в фильме проблемами. Так, главным показателем успеха радиомарафона для журналистов является одобрение спонсора, чего они добиваются путём создания сенсаций и получения высоких рейтингов. Созданная с такими целями медийная реальность имеет мало общего с действительностью, и сами герои это осознают: «Ну что, как думаете, прокатит эта пурга с животными?». Проводимые манипуляции зачастую вызывают смех у самих героев, как и должны, по предположению, вызывать смех у зрителей. И образы журналистов, обрамлённые шутовским началом, и ситуации, в которые их погружают,

являют собой высмеивание представителей данной профессии, её осмысление в сатирическом ключе.

Собирательный образ журналистов «Дня радио» может быть описан так: несобранные, безответственные (выходят в прямой эфир без темы), употребляющие алкоголь во время работы, гиперболизирующие события, искажающие факты, имеющие узкий кругозор или просто недалёкие (например, один из них предполагает, что Суэцкий канал открыл некий Суэц). Их образы карикатурны и не предстают в развитии, не претендуют на сложность, глубину.

Ключевым метасюжетом для раскрытия художественных образов журналистов становится классический для русской культуры сюжет «Шут»/«Иван-дурак»: журналисты предстают недалёкими, но при этом всегда умеют выйти из сложных ситуаций, поэтому решение любых трудностей всегда увенчивается хэппи-эндом. Такая успокаивающая мифологема отвечает зрительским ожиданиям и часто используется в отношении журналистских образов, как и, например, в картине «Горячие новости» (2009).

Данный фильм является ремейком одноимённого гонконгского боевика 2004 года, тем не менее российское осмысление его сюжета и образов представляет интерес для описания образа журналиста, формирующего медийную реальность. Кинолента «Горячие новости» попадает под несколько смысловых категорий одновременно: «журналист и информационная война», «журналист, бандиты и силовые структуры», однако ключевым его кодом является «журналист и режиссирование реальности».

Образ журналистки Екатерины Вербицкой, ответственной за пиар-отдел московской милиции, связан с осмыслением функций СМИ и телевидения. Как и во многих уже рассмотренных фильмах, её образ также помещён на линию журналистика – органы правопорядка – преступники. Не будем останавливаться на сюжетных ходах и отношениях бандитов и милиции, а лишь обозначим важные для исследования образа Екатерины и образа СМИ моменты фильма.

Дабы реабилитировать пошатнувшуюся репутацию милиции, Екатерина предлагает сделать из поимки преступников реалити-шоу в прямом эфире, которое

бы представило милицию в лучшем свете. Екатерину (в соответствии со стереотипом о журналисте, ценящем только рейтинг и деньги) немало волнует денежная составляющая: во время съёмок она использует продукцию спонсоров, производителей питьевой воды, в качестве продакт-плейсмента (такая характеристика реалити-шоу уже наблюдалась в «Большой прогулке»). Журналистка обретает власть над силовыми структурами, всё ради поставленной цели: режиссировать их действия для влияния на массовое сознание зрителей через телевидение. Она не сопоставляет реальность и свои нужды, пренебрегая опасностью спецоперации и действиями силовых служб; для Екатерины цель оправдывает средства. Так, она руководствуется своими интересами, игнорируя интересы спецоперации: «Пока нам надо нагнетать напряжение, это очень полезно для нашего рейтинга. Для меня было бы лучше всего, если бы операция завершилась вечером, в самый прайм-тайм». Телевизионный сюжет о спецоперации монтируется так, как он, по словам Екатерины, «должен выглядеть». Однако попытки срежиссировать реальность не укладываются в правила действительности: взрыв, в ходе которого гибнут люди, попадает под прицелы телекамер (что губительно для цели улучшить имидж милиции), и шоу сворачивают. Таким образом делается фокус на конфликте медийных и реальных целей: первые, какими бы благими они ни были, иногда не сопоставимы с целями реальности (в данном случае целями силовых структур).

Наиболее же важная фраза, служащая для оценки происходящего на телевидении абсурда и осмысления современных тому времени проблем СМИ, вложена в уста преступника: «Хочешь увидеть в ящике правду – включи в мире животных. Все остальное – враньё».

Образ Екатерины Вербицкой наделён стереотипами о продажном журналисте, зацикленном на материальной составляющей и зависимом от бизнеса (её продвижение спонсорских товаров), а также, даже в большей степени, представлением о журналисте-манипуляторе. Для такого стереотипизированного образа цель оправдывает средства (что в данной ленте доведено до апогея: человеческие жертвы могут оправдать необходимость шоу), а журналистка легко поступается

моральными принципами. Образ Екатерины Вербицкой (и использованные по отношению к нему стереотипы) крайне схож с образом Маргариты Андреевны из проанализированного ранее сериала «Большая прогулка». Схожи данные ленты и в мифологии: сюжет фильма «Горячие новости» также развивается в соответствии с успокаивающим идеалом, где торжествует добро, а преступники получают по заслугам.

Телевидение в «Горячих новостях» представляется одновременно и сферой, лишённой принципов морали, и главным средством для оказания всеобъемлющего влияния на общество, способным монетизировать любую трагедию и сделать из неё шоу.

Одновременно с этим бегло затрагивается и тема создания альтернативной телевидению информационной повестки в интернете, мыслимому как платформа для трансляции событий без посредников, интерпретаций и искажений. Информация и управление ей становятся важнее любого огнестрельного оружия, поэтому преступники начинают вести в сети свою, «настоящую» трансляцию событий. Таким образом получает репрезентацию проблема информационной войны, но в данном случае войны между силовыми структурами и преступниками, то есть конфликта внутреннего. Тема использования интернета как альтернативного способа доставки информации не получает должного развития в данном фильме, однако он уже представлен как антагонист прогосударственных СМИ. Образы журналистов в контексте «внешней» информационной войны подробнее рассмотрены в пятом параграфе данной главы.

Иными причинами для режиссирования событий руководствуется герой ещё одной ленты, затрагивающей тему форматирования реальности журналистами – «Гена-Бетон» (2013). Журналистский образ не является главным в данном фильме и не раскрывается полноценно, однако смысловая составляющая его поступков ценна для исследования, поэтому кратко охарактеризуем его. Александр Тихомиров, журналист провинциальной газеты, которому срочно нужны деньги, не найдя информационного повода для статьи, пишет материал о дворнике Гене, представляя его в образе главного бандита города. Журналист создаёт миф,



который реализуется в реальности (дворник в действительности начинает играть роль бандита), внушая страх населению. Так, герой, наделённый стереотипом о журналисте-манипуляторе, создаёт мифологию, переходящую из мира вымышленного в мир реальный.

Отметим, что в фильме не обозначен перенос времени действия в девяностые или начало нулевых годов, для кинематографа которых характерна тема бандитов и криминала. Таким образом, журналистский образ даже к 2010 году представлен как существующий в бандитской парадигме: устоявшийся миф перекочевал в новое десятилетие.

Осмысление создания медийной реальности, отличной от действительности, находим и в фильме «Трудности выживания» (2019). Фабрикация историй журналистами в сюжете данного фильма также связана с отсутствием информационных поводов для освещения в СМИ (затрагивание данной проблемы мы уже встречали в лентах «Гена-Бетон» и «Короткое замыкание»). Событийный дефицит компенсируется тем, что журналисты провинциального издания публикуют сенсационную статью о миллионере, отправившемся на необитаемый остров и ставшем затворником. История эта полностью сфабрикована по инициативе главного редактора местной газеты Антона Петровича Щукина, а роль дикаря в ней выполнил его помощник Андрей. Использование таких нечестных методов для компенсации событийного дефицита проговаривается и самими героями: «Там, где ничего не происходит, события иногда приходится придумывать». Отметим, что решение проблемы событийного дефицита путём фабрикации историй раскрывается в российском кинематографе преимущественно в отношении местной, провинциальной прессы (такое место действия также выбрано в фильме «Гена Бетон»).

Для съёмки репортажа о дикаре-миллионере в провинцию приезжают стажёры радиостанции из Москвы (Нина и Коля), и местные журналисты решают провести для них спектакль с дикарём ещё раз: Андрей наклеивает бороду, его отвозят на остров, чтобы впоследствии он разыграл роль дикаря перед московскими гостями. Таким образом журналисты перемещают созданный ими образ медийной

реальности в действительность. Дальнейшие события фильма и образы журналистов не представляют интереса для исследования. Однако стоит отметить одну важную для исследования черту, связанную с новыми медиа и интернетом: журналистка Нина, разочаровавшись в традиционных СМИ (в особенности в отношениях с их руководством), делает выбор в пользу развития личностного потенциала, становится блогером и начинает вести YouTube-канал, снимая репортажи о путешествиях. Таким образом, но снова вскользь и не получая глубокого осмысления, представляется тема самореализации в интернете как альтернатива реализации в традиционных медиа. Подробнее об образе журналиста в новых медиа речь пойдёт в седьмом параграфе данной главы.

Подводя итоги анализа образов смысловой категории «журналист и режиссирование реальности», отметим, что все журналистские образы и характеристики СМИ, проанализированные в данном параграфе, тесно связаны с теорией установления повестки дня (*agenda-setting theory*), гласящей о том, что СМИ в первую очередь диктуют обществу не как думать, а о чём думать, то есть контролируют непосредственно объект размышлений реципиента. В соответствии с этим в отношении журналистских образов, режиссирующих реальность и фабрикующих истории, прежде всего применяется стереотип «журналист-манипулятор». Основания для манипуляции у героев разные: компенсация событийного дефицита, безответственность самих журналистов, осуществление поддержки силовых структур. Однако ключевой целью, определяющей все эти основания, является получение зрительского внимания и максимизация прибыли. И влияние бизнеса и рынка на институт журналистики изображается как исключительно деформирующее.

### **3.4. Журналистка в романтической парадигме**

Одна из главных черт изображения женщины-журналистки в российском игровом кинематографе 2000-2020 годов, выделенная автором, это завязка характера героини, образа её мышления и действий на романтических отношениях. Зачастую развитие героини по романтической линии превосходит развитие по линии профессиональной: во многих лентах тот факт, что героиня является

журналисткой, есть характеристика второстепенная. Например, в фильме «Питер FM» (2006) главная героиня является радиоведущей, однако её профессиональная деятельность почти не получает репрезентации.

В проанализированных ниже лентах основными метасюжетами являются те, что соответствуют ожиданиям женской аудитории и её успокаивающему идеалу: важную роль в них играют любовные отношения. В первую очередь, это миф «Золушка» – успешная самореализация женщины и воздаяние счастьем за лучшие личные качества. В таком сюжете почти всегда воздаянию счастьем сопутствует обретение «принца». Второй сюжет – «Ромео и Джульетта»: невозможность любви и её счастливая или трагическая история. С данными метасюжетами напрямую связаны стереотипы, которыми наделены героини: стереотипы профессиональные и гендерные, которые во многом главенствуют над первыми.

Фильм «Тихие омуты» (2000) представляет образ тележурналистки Джекки, воплотившей в себя, пожалуй, все стереотипы о «типичном» журналисте жёлтой прессы, охотнике за сенсациями. Её художественный образ перенимает сложившийся в массовом сознании тип американского журналиста жёлтой прессы (героиню даже зовут Джекки, хотя настоящее имя Женя): беспринципная, хамоватая, готовая на всё ради эксклюзива, назойливая. Чтобы взять комментарий у Клаудии Шифер, Джекки пробирается через толпу и расталкивает других журналистов, получая такую оценку: «Эта дамочка в их банде самая известная: террористы, войны, пожары, наводнения – она тут как тут». Реализуется представление о профессии журналиста всеми ненавистной, и Джекки это признаёт: «А кто же нас любит?».

Однако главной сюжетной линией ленты становятся отношения Джеки и хирурга Антона Каштанова: после его исчезновения Джеки отправляется на его поиски, начиная журналистское расследование, связанное с предположительно совершенным им хищением денежных средств. Вместе со своим оператором она без предупреждения приходит в дом его жены, выпытывает информацию о его исчезновении у следователя, а затем начинает преследовать самого «пропавшего». Назойливую журналистку сам Каштанов характеризует так: «дрянь»,

«мерзкая», «отвратительная». В определённый момент между Джеки и Каштановым, возникает роман, и её журналистское расследование отходит на второй план. В конечном итоге весь отснятый материал (кассеты) добровольно отдаётся Каштанову, и расследование Джеки так и не попадает на экран. Журналистка жертвует карьерным успехом ради любви, что подтверждает тезис о преобладании смысловых кодов женского образа над журналистским образом.

Главным мифом «Тихих омутов» можно назвать миф «Ромео и Джульетта», поэтому ключевое развитие героя по профессиональной линии (и его успех в ней) «подавляются» историей любви (в данном случае трагической). Наблюдается дуалистичность стереотипов. С одной стороны, это стереотипы профессиональные: образ Джеки наполнен самыми негативными представлениями о жёлтой прессе, с другой стороны, это стереотипы гендерные (играющие в данном фильме роль более весомую): женщина готова пожертвовать всем ради любви. Отметим, что используемый в данном фильме стереотип о журналисте жёлтой прессы (назойливом и наглom) является среди россиян наиболее популярной негативной характеристикой журналистов<sup>1</sup>.

Выбор, подобный сделанному Джеки выбору в пользу романтических отношений в ущерб профессиональным успехам, наблюдается и в ленте «Любит не любит» (2014). Образ журналистки Иры, работающей в журнале GOQ, наделён качествами, отличными от качеств остальных героинь-журналисток, проанализированных в данном параграфе, и, тем не менее, он также вписан в романтическую парадигму. Развитие журналистского образа по профессиональной линии не главенствует в фильме, так как карьерная составляющая образа изначально обозначена самодостаточной. Ира – авантюристка, и её успех в журналистике определяется талантом, а не стараниями и навыками. Несмотря на беззаботное отношение Иры к работе, отсутствие интереса к ней, её статьи повсеместно считаются лучшими, а она становится кумиром у населения. «Я тебя терплю здесь только за талант, свежий взгляд и острый язык», – так реагирует на безрассудства

---

<sup>1</sup> Образ журналистов в массовом сознании россиян / Москва: Циркон. 2018. – Текст: электронный. – С. 33. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz\\_zhurnalistov-2018\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz_zhurnalistov-2018_otchet.pdf)

Иры её начальник. Её безрассудства, затмеваемые талантом, состоят в следующем: она употребляет алкоголь на работе, пишет статью о модном показе в Париже, не побывав на нём (хотя прилетела туда ради этого), спит во время спектакля, о котором должна написать статью (говорит, что вспоминает сны, чтобы писать заметки).

Однако успешная реализация в профессиональной сфере обращается в неуспешную реализацию в личной жизни, так мы снова сталкиваемся с линией карьера-любовь. Героиня, как и принято, в определённой степени делает выбор не в пользу журналистики: увольняется и уезжает в Париж, при этом обретая любовь, что является типичной реализацией метасюжета «Золушка». Журналистский же образ Иры наделён качествами противоречивыми: с одной стороны, она талантлива и успешна, с другой стороны, её заслуг во владении талантом нет и к редакционным заданиям журналистка относится безответственно. Тем не менее, по отношению к образу Иры любые проступки романтизируются и оправдываются.

«Срочно выйду замуж» (2015). Главная героиня Женя – редактор в женском журнале «Family look». После ухода главного редактора со своего поста акционеры издания объявляют о скором выборе нового главного редактора, ставя условие: претендент на должность обязан соответствовать ценностям издания и быть человеком семейным (замужней/женатым). Женя желает получить данный пост во что бы то ни стало, поэтому решает соврать, что через неделю выходит замуж и на протяжении почти всей ленты осуществляет поиск жениха.

Изначально героиня представлена типичной карьеристкой, убеждённой, что карьера важнее личной жизни, однако в душе её тяготит такая позиция. О профессиональных качествах Жени ничего не рассказывается, так же, как отодвигается на второй план повествование о её журналистской деятельности. Развитие Жени по нравственной линии можно отметить в следующем эпизоде: узнав, что она получила должность (даже после раскрытия её лжи) нечестным путём (за неё замолвил слово один из «женихов»), журналистка увольняется из издания.

В целом, образ Жени как журналистки не главенствует в фильме. Раскрываются аспекты карьеры, но не профессии: занятие должности, повышение, увольнение – такую героиню представляется возможным поместить и в контекст любой другой профессии. Главная линия карьера-личная жизнь обусловлена жанром фильма (мелодрама/комедия) и соответствующими зрительскими ожиданиями. Потенциал героини, изначально борющейся с внутренними стереотипами о главенствовании личной жизни над карьерой, в итоге развивается в пользу личной жизни, что не является новыми в женских образах журналисток. Используется метасюжет «Золушка»: вознаграждённая за свои лучшие качества журналистка обретает любовь. Такое же развитие героини происходит и в телесериале «Каменное сердце» (2016).

Образ главной героини Галины – властная начальница, главный редактор газеты, при её руководстве издание вышло на новый уровень. Однако успехи карьерные откликаются провалами в личной жизни – её женское начало подавлено социальной ролью, которую она выполняет на работе (помимо этого, недавно она прошла через тяжёлый бракоразводный процесс).

Галина собирает компромат на бизнесмена Андреева, чтобы обличить его преступления. Для того, чтобы найти доказательства, она входит в доверие одного из пострадавших из-за Андреева, врача, который после трагедии с его женой начал вести затворнический образ жизни и уехал работать в деревню. Так как врач принципиально не общается с журналистами, Галина тщательно скрывает свою профессию, говоря, что работает финансистом. Так реализуется стереотип о журналисте, готовом лгать, выдавать себя за другого человека – всё ради достижения цели, однако в данном случае цели благой. Андреев также погружен в стереотипные представления о журналистах, называя их «продажными гиенами» и характеризуя их следующим образом: «По-моему, все журналисты – стервятники. Для них заголовки важнее людей». По мере внедрения Галины в доверие Андреева, между ними завязываются романтические отношения: героиня испытывает муки совести за свою ложь, однако не может признаться в ней, так как настроена довести дело до конца. Галина тайно записывает на диктофон

показания врача против бизнесмена Андреева, а затем предаёт их общественной огласке.

Ключевым кодом данного художественного образа является противостояние романтической и карьерной линий, что и определяет все поступки и нравственные характеристики героини. Понятие цели, оправдывающей средства, получает исключительную трактовку, и все нечестные способы журналистского расследования меркнут перед воцарившейся справедливостью, несмотря на то, что в процессе расследования журналистка переживает муки совести (однако обусловлены они исключительно любовной линией и её отношениями с врачом). Образ журналистки Галины развивается по наиболее популярному метасюжету «Золушка» – героине воздаётся за её положительные качества (целеустремлённость, желание добиться справедливости) не только обретением «принца», но и успешным завершением её расследования. Так художественный образ отвечает потребности женской аудитории в «успокаивающем идеале», чем определяются все наиболее популярные смысловые коды телевидения.

Подводя итоги анализу образов женщин-журналисток в романтической парадигме, отметим дуалистичность внешних стереотипов и борьбу героинь со стереотипами внутренними. Стереотипы внешние обрамляют наиболее популярные представления о женской природе: необходимость успешной самореализации в семье, поиск любви и затмевают характеристики профессиональные. Женщина-журналистка в проанализированных лентах всегда стоит перед выбором между любовью и карьерой. Изначально сильные, самобытные образы журналисток сдаются стереотипам о женщинах, согласно которым самое важное в жизни женщины это семья и любовь и соответствующие ценности. Во многом это представляется данностью зрительским ожиданиям женской аудитории, привыкшей видеть на экране то, как должно быть, а не то, как есть на самом деле.

Ещё одним важным положением в развитии образов журналисток служит воцарение справедливости: они получают вознаграждение за свои профессиональные заслуги и личные качества (образы Иры, Жени и Галины) и «наказание» за

обратное (образ Джекки). Зачастую вознаграждению всегда сопутствует обретение любви.

### 3.5. Журналист и информационная война

После и во время военных конфликтов, в которых тем или иным образом принимала участие наша страна, на экраны выходят фильмы, рассказывающие о судьбах журналистов во время военных действий. Их отличительная черта – скорость выхода лент в прокат – обусловлена целью дать интерпретацию событий ещё не утихших в массовом сознании. В соотношении с документальными фильмами о российских журналистах во время военных конфликтов, примеров данных интерпретаций в игровом кино значительно меньше. Тем не менее, представляется важным вынести данную тему в отдельный пункт. Образ журналиста, освещающего военные конфликты, неизменно вписан в рамки информационной войны между Россией и Западом: повествовательная линия опосредована попытками журналистов доказать правду и снять с Российских СМИ клеймо «пропагандистов».

Руководствуясь классификацией вечных сюжетов, предложенной французским писателем Жоржем Польти<sup>1</sup>, назовём главным мифом проанализированных ниже фильмов «Достижение»: достижение того, чтобы мировое сообщество узнало правду о военных конфликтах и их виновниках.

После вооружённого конфликта в Южной Осетии на экраны выходит фильм «Олимпиус Инферно» (2009). Нельзя не сказать, в каких реалиях он снят, так как это имеет влияние на то, какие цели были заложены при создании образа журналиста. Премьера «Олимпиус Инферно» состоялась на телевидении, на Первом канале, а сама картина была снята в рекордно короткие сроки и является первым фильмом о данной войне.

Студентка факультета журналистики Женя отправляется вместе со своим американским другом в Южную Осетию, чтобы помочь ему заснять уникальную бочку «Олимпиус Инферно» и собрать материал для курсовой работы. По

---

<sup>1</sup> Наедин А. Сюжетостроение: от Польти до Проппа / А. Наедин – Текст : непосредственный // Рекламные идеи – 2005. – № 5. – С. 97-98.



стечению обстоятельств герои запечатлевают на камеру начало конфликта, получая неопровержимые доказательства его развязывания грузинской стороной. За данной съёмкой и её авторами начинается охота грузинских военных, которым невыгодно «задокументированное» свидетельство их вины. Тем временем на протяжении всего фильма герои противостоят информационной войне Запада: пытаются переубедить американских репортёров и донести до них правду о том, что Россия не начинала данную войну.

Образ Жени как журналистки на войне интересен тем, что за считанные часы вчерашняя студентка превращается в бывалого военного корреспондента. Охарактеризовать её образ можно двумя составляющими: смелость и желание говорить правду миру, даже если ценой за это станет её жизнь. Так образ наделяется всеми лучшими представлениями о честных, непредвзятых, беспристрастных журналистах. В определённой степени роль журналиста на войне идеализируется и романтизируется. Тем не менее, фильм, повествующий о журналисте, сражающемся с предвзятостями информационной войны, сам становится частью информационной войны. Образ журналистки Жени отвечает зрительским запросам и ожиданиям, сформированным СМИ во время данного военного конфликта, этим же мотивированны все её действия и нравственные устои.

Наделяя образ Жени всеми лучшими не только профессиональными, но и человеческими качествами, авторы (по-видимому, чтобы сбалансировать исключительно позитивный образ), тем не менее, прибегают и к использованию отрицательных стереотипов о журналистах. Используется стереотип о журналисте, имеющем целью материальную выгоду. Так, помимо донесения правды, Женю не в меньшей степени волнует, чтобы за её правдивый материал хорошо заплатили и опубликовали именно под её подписью. Кроме этого, мы вновь встречаемся с гендерными стереотипами о женщинах-журналистках: изначальной мотивацией Жени для поездки в Южную Осетию была её симпатия к американскому другу.

Данное исследование не имеет целью рассмотреть образы зарубежных журналистов в российском кинематографе, однако кажется значимым указать на

сходство «Олимпиус Инферно» с двухсерийной лентой «Военный корреспондент» (2014), повествующей о попытках американского репортёра Мэта Маккью рассказать правду о войне на Украине. Представляется, что образ журналиста американского едва ли может быть действительно соотнесён с американской идентичностью, которую принято изображать в российском кинематографе: то есть противопоставленную российской. Именно в поле смысловом образ Мэта скорее принадлежит к идентичности российской, так как выступает на её стороне в конфликте.

Мэт становится свидетелем зверств украинцев во время войны, сам подвергается пыткам, фиксирует всё на камеру (с которой впоследствии эти доказательства удаляют). Он намеревается раскрыть правду о конфликте на Украине в эфире американского телеканала, однако его рассказ прерывает ведущий, списывающий все произнесённое репортёром на «бредни» после пыток. История журналиста не рассказана в эфире, но выгружена в интернет, где набирает миллионы просмотров – так правда доходит до широкого зрителя.

Воплощение собирательного образа журналиста, сражающегося на стороне российской правды в информационной войне, представляется средством для подкрепления официальных позиций власти. Образ журналиста в информационной войне наделён положительными качествами (непредвзятость, справедливость, честность), а главным мифом становится его/её борьба с ложью иностранных СМИ и попытка донести до мира историю об истинных событиях. Подчёркнём, что в ходе анализа интернет-рецензий на данные фильмы автор заметил, что многие комментаторы не отделяют образа журналиста в фильме от реальных журналистов и проводят между ними прямые параллели, перенося черты художественных образов на реальных людей. Во многом этому способствует подражающий документалистике стиль съёмки данных фильмов – мокьюментари.

Целью героев-журналистов на войне в российском игровом кинематографе исследуемого периода является донесение правды (в основном она адресована Западу). Они помещаются в экстремальные ситуации (часто оказываются на грани жизни и смерти, следуя благородным целям), вызывающие сильную

эмоциональную реакцию зрителей, следовательно сопереживание и одобрение. Герои фильмов имеют чёткое деление на правых и виноватых: первыми представляют российских журналистов, а вторыми – собирательный образ западных СМИ (в особенности американских), распространяющих искажённые факты, освещающих события однобоко, лгущих в эфире и намеренно умалчивающих о реальных событиях. Представляется, что такая репрезентация зарубежных СМИ в негативном ключе также может иметь влияние на массовое сознание россиян (согласно опросу фонда «Медиастандарт» им доверяют только 4% респондентов).<sup>1</sup> Однако изучение кинематографического образа зарубежных СМИ, противопоставленного российским медиа, это тема для отдельного исследования.

Помещённые в сюжетную линию журналистские образы, обрамлённые художественностью кинематографа (сведённой к минимуму для большей убедительности) подкрепляют распространяемое прогосударственными СМИ одобрение политики России в данных конфликтах. Герои, столкнувшиеся с той реальностью, медийную версию которой СМИ создавали при освещении конфликтов в Южной Осетии и на Украине, сами становятся форматированными по критериям СМИ: интерпретируют информацию однозначно и принимают роль «страдающего за правду праведника».

### **3.6. Журналист и власть**

Автором отмечено, что освещение в российском игровом кинематографе 2000-2020 годов вопросов зависимости или независимости журналистского сообщества от власти, наиболее остро стоящих в нашей стране, имеет две базовые составляющие. Либо это ленты комедийных жанров с элементами сатиры, что в определённой мере снимает ответственность за показанное, которое можно оправдать жанром фильма. Либо это «фантастическая» составляющая, где герои погружены в события не вполне возможные в реальной жизни. Следовательно, для показа линии журналистика–власть, её критики и осмысления всегда имеется определённое оправдание. Выдвинем предположение о том, что это связано с

---

<sup>1</sup> Образ журналистов в массовом сознании россиян / Москва: Циркон, 2018. – Текст: электронный. – С. 11. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz\\_zhurnalistov-2018\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz_zhurnalistov-2018_otchet.pdf)

значительным влиянием прогосударственных СМИ России на электорат и их непосредственным участием в продвижении существующей политической повестки. Отказ от рефлексии этих явлений вне комедийных и фантастических смысловых категорий, вероятно, также связан с феноменом табуирования знаний российской культуры о самой себе. Рассмотрим вышесказанное на примерах.

В комедийной ленте «День выборов» (2007) перед зрителями предстают те же журналистские образы, что были рассмотрены ранее при анализе фильма «День радио». Их собирательный образ и наиболее важные характеристики не имеют различий с уже описанными, поэтому остановимся только на иных отличительных чертах.

Если в «Дне радио» повествовалось о «внутренних» аспектах работы радиостанции «Как бы радио», то в данном фильме её же сотрудники выполняют функцию иную: по поручению спонсора они проводят избирательную пиар-кампанию для кандидата в губернаторы Саратовской области и должны обеспечить ему 5% голосов. Так, образы журналистов радиостанции превращаются в образы пиар-специалистов, принимающих непосредственное участие в формировании имиджа представителей власти. Как и в «Дне радио» основной мотивацией журналистов для выполнения такого задания является высокое денежное вознаграждение.

Действия героев данного фильма определяются задачами иными, чем в «Дне радио», однако принципы их работы неизменны: журналисты также постоянно находятся в состоянии алкогольного опьянения, врут (например, во время пресс-конференции полностью изменяют невыгодные им факты жизни их кандидата, интерпретируя их в позитивном ключе), раздувают сенсации. Выделим и ещё один важный для исследования момент: образы журналистов снова сопряжены с образами бандитскими и теперь не в ключе противостояния. Журналисты «Как бы радио» начинают сотрудничать с криминалитетом и создают тандем для успешного проведения избирательной кампании.

Метасюжетом «Дня выборов» также является миф «Шут»/«Иван дурак» – нечестными методами откровенно непрофессиональные журналисты, тем не

менее, добиваются успеха и вместо того, чтобы получить хотя бы 5% голосов избирателей, выигрывают выборы.

Парадоксальным образом в фильме журналистика, полностью зависящая от представителей бизнеса и власти, становится четвертой властью, оказывая непосредственное влияние не просто на мнение людей, но и на их волю. А система инфотейнмента (голоса избирателей журналисты завоёвывают именно развлечениями, например, концертами), представлена как наиболее успешное средство для форматирования массового сознания граждан.

Те же задачи, связанные с представлениями о журналистике как о четвёртой власти, поставлены перед героями фильма «Картонная пристань» (2020). Власть, правящая умами людей, подчиняется власти государственной: ведущий телевизионной программы «Пульс регионов» Николай Плещёв получает задание от «администрации» – нужно осветить региональные выборы и показать российскую глубинку. В командировку из Москвы «в народ» вместе с ним отправляется его оператор Юра, «глянцева звезда журналистики» Света (обратим внимание на то, что её мотивацией для поездки была влюблённость в Юру, в образе женщины-журналистки снова интересы романтические доминируют над профессиональными) и блогер Миша. Отметим образ последнего героя как части тенденции к репрезентации блогеров в качестве новых участников процесса передачи информации массам и альтернатив для персонального развития журналиста вне традиционной прессы. В «Картонной пристани» постулируется значимость освещения событий блогерами, по своей значимости поравнявшимися с журналистами: «администрация» наряду с серьёзными представителями прессы приглашает для освещения выборов молодого парня, повсеместно снимающего всё на телефон.

Ключевым стереотипом для всех участников данной «командировки в народ» можно назвать неосведомлённость журналистов о происходящем за пределами Москвы, в российских регионах: к ним они относятся пренебрежительно (и сам ведущий «Пульса регионов» тоже). По приезде в глухую деревню Ударник журналисты выясняют, что трое её жителей (среди которых участковый) скрывают,

что всё население деревни уже умерло и что они присваивают себе выделяемые областью средства, пенсии, зачисляемые уже покойным людям (мифология «Мёртвых душ»). Далее развивается криминальный сюжет: все московские журналисты погибают (одних убивает участковый, другие остаются в горящем доме).

Журналистские образы помещаются в сюжет почти фантастический, и через такую криминальную событийную линию осмысливается несовпадение между заказанной журналистам правдой, которую хочет видеть власть, и реальностью эмпирической. Журналисты же, выступающие медиумом между властью и реальностью, оказываются наказанными за форматирование последней в интересах первой. Создание этой реальности осознается героями и проговаривается, блогер Миша говорит телеведущему: «Вы больше чем журналист, вы – создатель иной реальности». Но убийство журналистов, столь важных для власти медиумов, остаётся незамеченным и не может изменить ход намеченных ею событий: последние кадры фильма демонстрируют сюжет новостей (по телевизору в горящем доме), ведущая объявляет выборы успешно проведёнными. Правда будет такой, как захочет власть, а журналисты в её действиях только разменные монеты – такова наиболее очевидная интерпретация событий «Картонной пристани».

Используя классификацию Кристофера Букера, сюжет данной картины может быть определён как сюжет «Туда и обратно»<sup>1</sup> – вырванные из своего привычного мира (Москвы) журналисты попадают в мир иной реальности, российскую глубинку, из которой отчаянно пытаются вырваться, сделать чего им не удаётся.

Иного рода отношения между журналистикой и властью представлены в сериале «Последний министр» (2020 – н.в.). Журналисты не являются его главными действующими лицами (сериал повествует о работе вымышленного министерства), тем не менее эпизоды, раскрывающие их образы и дающие характеристики СМИ, значимы для анализа, так как раскрывают линию власть–журналистика.

---

<sup>1</sup> Booker C. The seven basic plots why we tell stories / C. Booker – London: Continuum, 2004. – Текст: непосредственный. – С.87.

Связь эта показана в сатирическом ключе. Такая критика стала возможна и благодаря новому формату: сериал выпущен на стримминговом сервисе «КиноПоиск HD», что определённо дало большую свободу высказываний режиссёру. Вспомним в этой связи выдвинутую ранее гипотезу о том, что формирование на интернет-платформах альтернативного образа журналиста и поднятие вопросов, отличных от поднимаемых «традиционным» кинематографом и телесериалами, влияет на формирование иных взглядов на данную профессию (негативных) у основной аудитории интернет-платформ, более молодого поколения.

В «Последнем министре» СМИ уделяется предельное внимание: Никита Дударь, главный в дирекции коммуникаций, заботится о имидже нового министра, и одним из главных факторов формирования его положительного образа становится освещение его деятельности в медиа. От данного освещения зависит и эффективность работы министерства (вспомним положение о том, что в реальности ничего не происходит, если об этом не рассказывают СМИ).

Условно разделим рассмотрение в сериале связи власть–журналистика на два блока: печатная пресса и телевидение. И первом, и во втором легко угадываются аллюзии на реальные российские СМИ и медийные реалии нашей страны.

Первым образом журналиста печатной прессы становится образ Оксаны, сотрудницы газеты «Телеграф». Вместо того, чтобы написать ура-патриотическую статью о назначении министра (ради чего с ней на интимную связь идёт директор коммуникаций Дударь), она пишет статью разгромную. Однако герои констатируют, что переживать не стоит, так как «Телеграф» все равно никто не читает. Позднее в газете «Телеграф» выходит статья под заголовком «Мудак года» (про министра Тихомирова). Издание указывает, что так считают 98% россиян, что вызывает у героев вопросы: «Каких россиян? Кто их опрашивал?». Так критикуется использование в СМИ статистики: в отечественной журналистской практике для большей сенсационности и масштабности мнение опрошенных респондентов (зачастую небольшой выборки) позиционируют как мнение россиян в целом.

Другим важным пунктом в создании медийного имиджа министра становится представление его в СМИ в образе добропорядочного семьянина. Тихомиров

тщательно готовится к интервью для «Forbes», но предстающие перед ним журналисты престижного издания сильно контрастируют с сформированными им ожиданиями. Единственное, что интересует журналистку и фотографа, это снимок, который они опубликуют. Для съёмки министра наряжают в фартук, дают ему кофейник в руки, а вопрос отсутствия жены на интервью решают хромакеем (ставят рядом свою ассистентку с зелёным пакетом на лице, чтобы после подставить в Photoshop лицо жены министра) – даже в издании «высокого уровня» любую историю можно создать искусственно. Журналисты не проводят интервью, лишь в спешке задают два вопроса: о том, как зовут министра и о том, как он относится к своей жене. В вышедшей статье даже имя министра указано неправильно, хотя сказал он его прямо в диктофон. Интервью без фактического интервью, допущение грубых ошибок фактологического характера – таковы характеристики журналистов журнала «Forbes», представленные в «Последнем министре».

Помимо газет и журналов, постоянным, практически отдельным действующим лицом в сериале становится телевидение. Его представляют образом телеканала «Дрожь» с лейблом «nihilistic channel», в котором угадываются аллюзии на российский канал «Дождь». Характеризуют его так: «у него подписка платная и зрителей, кажется, всего 300 человек». Когда министр Тихомиров узнает, что даёт интервью «Дрожи», он спрашивает: «А нормальный какой-нибудь (канал) организовать нельзя было?». При демонстрации в сериале эфиров «Дрожи» всегда изображается в сатирическом ключе бегущая строка; можем увидеть в ней такие заголовки: «сотрудникам Росгвардии разрешат отбирать у детей мороженое», «россиян обяжут сообщать о дурных мыслях в органы правопорядка», «в России запрещены сосиски».

Противопоставлен «Дрожи» канал федеральный, на котором идёт ночное шоу «Поздно» (аллюзия на программу Владимира Познера). Интервьюер огорчён тем фактом, что ему придётся беседовать не с Оксимороном<sup>1</sup>, а с министром

---

<sup>1</sup> Изменённое имя российского рэп-исполнителя Оксимирона



Тихомировым, цель которого – продвинуть свою программу по развитию малого бизнеса. Показательна критика данного интервью со стороны начальства министра:

– Кто его в эфир пустил? Почему я после работы включаю телевизор Оксмирона послушать и вижу эту там наглуую рожу саратовскую?

– Ситуация-то не критическая, ночной эфир, зрителей всего 3 человека.

Так как журналистика и образы журналистов не подвергаются глубокому анализу в данном сериале, а скорее проходят фоном основных событий, для их характеристики использованы наиболее упрощённые и обобщённые смысловые коды. Кратко затрагивая основные сферы традиционных медиа и наделяя их стандартными стереотипами, режиссёр добивается комплексной сатиры на современные российские СМИ и отображает их «болевы точки». Главная из них – потеря аудитории. Пресса наполнена образами журналистов некомпетентных: они безответственны, неправильно интерпретируют статистику, допускают грубые ошибки в статьях. Телевидение федеральное сконцентрировалось на развлекательной функции, поэтому появление на нём представителей власти уже не отвечает зрительским ожиданиям, а альтернативный ему канал «Дрожь» никем не воспринимается всерьёз. Кинокритики отмечают и общие их черты: «Что ведущая телеканала «Дрожь», что брюзгливый барин из ток-шоу «Поздно» – такие же демагоги, одновременно раболепствующие перед «партийным» дискурсом и монетизирующие его [...]».<sup>1</sup>

В «Последнем министре» констатируется зависимость власти от прессы, имеющей ключевое влияние на формирование в обществе образа чиновника. От одобрения или неодобрения прессой напрямую зависит успех реализуемых министерством действий и имидж представителей власти, соответственно и образ власти (в данном случае министра) в массовом сознании.

Однако находится место и изображению зависимости прессы от власти: после предварительного телефонного назначения министра Тихомирова временным

---

<sup>1</sup> Трофименков М., Кронидова М. Реальность выхухоли / М. Трофименков, М. Кронидова – Текст : непосредственный // Искусство кино. – 2020. – № 7/8. – С. 78.

главой государства радиоведущий, эфир которого Тихомиров слушал в машине, полностью меняет свою риторику, которая теперь должна соответствовать убеждениям нового главы государства.

Определение метасюжета фильма не несёт значимости для исследования, так как не определяется действиями героев-журналистов.

Подводя итоги анализу фильмов, отнесённых автором к смысловой категории «журналистика и власть», выделим наиболее важные черты произведений. Во всех трёх фильмах реализуется представление о журналистике как о четвёртой власти, непосредственно связанной с властью государственной. Однако связь эта изображается по-разному: в одном случае – в ключе подотчётности журналистики властям, её несвободы, реализации интересов власти («День выборов», «Картонная пристань»), в другом, наоборот, – зависимости власти от журналистики («Последний министр», хотя в данном сериале есть и реализация первого положения). В целом, изображение образа журналиста и журналистики в отношениях с властью заметно изменилось: если ранее попытки интерпретировать данную связь базировались на ситуациях и акторах вымышленных (например «Как бы радио»), то в «Последнем министре» мы наблюдаем уже вполне открытую критику образов легкоузнаваемых российских СМИ и журналистов.

### **3.7. Журналист и новые медиа**

Осмысление в российском игровом кинематографе глобальных изменений, связанных с появлением интернет-реальности и существование в ней журналиста пока ещё проходит слишком медленно, так же, как и осмысление роли новых медиа. Новые реалии информационного пространства, в котором «медиа вошли в самое интимное пространство своих читателей, переписку с близкими»<sup>1</sup>, а мессенджеры стали полноценными каналами доставки информации от медиа к реципиенту, изображаются в сериале «Просто представь, что мы знаем» (2020 – н.

---

<sup>1</sup> Дондурей Д.Б, Тимченко Г. В. Галина Тимченко: «Вперёд, обернувшись назад». Почему нет экспертизы медиа? / Д.Б. Дондурей, Г.В. Тимченко – Текст : электронный // Искусство кино. – 2017. – № 1. – URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2017/01/galina-timchenko-vpered-obernuvshis-nazad-pochemu-net-ekspertizy-media>

в.). Так же, как и «Последний министр» он вышел в онлайн-кинотеатре «Кино-Поиск HD».

В сериале рассматривается новый для российской журналистики феномен – становление телеграм-каналов как СМИ, главным средством для изображения которого явилось построение контрастных образов старого и нового: газеты и интернет-медиа, классический офис редакции и офис «редакции» телеграм-канала (соседствующий со стриптиз-клубом), молодые девушки-авторы телеграм-канала и пожилой редактор газеты.

В центре сюжета – телеграм-канал «Просто представь, что мы знаем» и его создательницы Белла, Ирина и Ксения. Те зачатки изображения пространства интернета как альтернативы для персонального развития журналиста, наблюдаемые ранее в данном исследовании, теперь получили полную репрезентацию: Ирина и Белла ранее работали в традиционных СМИ, однако сделали выбор в пользу личного развития и ведения телеграм-канала.

Тем не менее полноценной независимости, ожидаемой обществом от новых медиа, не наблюдается. Героини сериала планировали противопоставить свой телеграм-канал желающим единственно денег традиционным СМИ, но в итоге сами оказались в финансовой ловушке, и одной из их главных проблем стала нехватка денежных ресурсов. Журналистки, хоть и более свободные в своих действиях, становятся зависимыми от бизнес-составляющей, представленной покровительством над их каналом Георгия Фридриховича, главного реактора медиа традиционного, газеты «POSTНовости». Само продвижение телеграм-канала «оплотом» традиционных СМИ констатирует кризис последних: Георгий Фридрихович заявляет, что работники его газеты порываются покинуть издание, видя набирающую популярность новых-медиа, удерживает он их только повышением зарплаты. Однако и новые медиа представляются в сериале имеющими множество подводных камней.

Во-первых, это неопределённый статус новостных телеграм-каналов: они имеют силу воздействия порой большую, чем традиционные СМИ, но тем не менее на законодательном уровне СМИ не являются. Помимо этого, делается

акцент и на другой правовой коллизии: телеграм-каналы разрешены, но существуют на запрещённой в России платформе (на момент выхода сериала). В связи с этим героини вынуждены использовать неправомерные методы: подделывать пресс-карты, искать обходные пути получения информации из официальных источников через связи с хакерами.

Во-вторых, это конвергенция функций журналиста и минимизация разделения труда в «редакции» телеграм-канала: авторы становятся и создателями текстов, и редакторами, и ответственными за рекламу, и распространителями.

В-третьих, это уже упомянутый финансовый вопрос. Ограниченные в источниках доходов (реклама и сумма, выделенная Георгием Фридриховичем на развитие канала), журналистки постоянно констатируют отсутствие денежных средств на оплату аренды офиса и на оплату труда IT-специалиста, который предоставляет им информацию.

Образы журналисток можно разделить на две группы: первая – Ирина и Белла, люди пришедшие в Телеграм из традиционных СМИ и всё ещё действующие по принципам последних. Они олицетворяют представления о журналисте в системе бизнеса, которого интересует исключительно денежная сторона проекта. Поэтому заняты журналистки по большей части именно отношениями со спонсорами и рекламодателями, а в промежутках между этим отслеживают количество просмотров и динамику роста подписчиков канала.

Вторая «группа» представлена Ксенией, самой юной из команды «Просто представь, что мы знаем». Она олицетворяет сторону идеалистскую и занимается журналистскими расследованиями. Ксения сформировалась как журналист именно в Телеграм, её опыт более, чем опыт её коллег, опосредован интернетом. Сферой её интересов являются не бизнес-показатели, а формирование альтернативной новостной повестки, предание огласки социальным историям, тому, что её коллеги называют «мрачняком»: освещение случаев педофилии в школах, истории дискриминации ВИЧ-инфицированных. Не смотря на то, что цели Ксении позиционируются как благородные, именно в связи с её деятельностью в сериале поднимаются проблемы журналистской этики и ответственности. Например,

размещённый Ксенией материал с обвинениями учителя в педофилии приводит к его избитию неизвестными до состояния полусмерти.

Тем не менее, функционирование телеграм-каналов, представленных альтернативой СМИ традиционным, имеет те же цели и сферы интересов: максимальное привлечение читателей путём придания материалам большей сенсационности. Только термин для интернет пространства новый – кликбейт (манипуляция эмоциями читателя, чтобы привлечь его интерес и максимизировать прибыль в ущерб качеству контента). А отрицательные стереотипы, касающиеся журналистики, накладываются и на представителей новых медиа. Например, запустив сенсационный информационный повод (без верификации подхваченный крупными традиционными СМИ) о смерти известного журналиста Малышева, приняв за него другого человека и не проверив должным образом факты, журналистки предстают перед зрителем опосредованными традиционным стереотипом о журналисте, цель которого (сенсация) оправдывает его некомпетентность. Образ журналиста снова предстаёт существующим в стереотипе манипулятора, только обрамлённым иными социокультурными реалиями.

Полноценное определение метасюжета не представляется возможным, так как сериал ещё не закончен, однако уже сейчас можно отметить важный момент в эволюции применения к женским образам мифологем. В отличие от большинства предыдущих лент, где женщина-журналистка помещена в романтическую парадигму, которой определяется её образ, в сериале «Просто представь, что мы знаем» образы героинь не формируются любовной линией (которая, тем не менее, присутствует), а изображены независимыми от неё. Говоря о гендерных стереотипах в данном сериале, отметим, что образы сильных женщин-журналисток в определённой степени даже противопоставлены слабым журналистам-мужчинам.

## Глава 4. Резюмирование образа журналиста и зарубежный опыт

### 4.1. Отличительные черты стереотипизации и эволюция журналистских образов

В российском игровом кинематографе 2000-2020 годов наблюдается широкое использование стереотипов применительно к журналистским образам, что обуславливает (преимущественно) существование устаревших образов журналистов, неактуальных и не соответствующих действительности, времени. Стереотипы, сложившиеся много лет назад, применяются для художественного изображения реальности иного времени, хотя к ней никакого отношения большинство из них уже не имеют и, за немногими исключениями, не отражают структурных и глобальных изменений профессии. Они мультиплицируются и воспроизводятся на постоянной основе: отказаться от их использования очень сложно, ведь, согласно Уолтеру Липпману: «любое изменение стереотипов воспринимается как атака на основы мироздания».<sup>1</sup>

В большинстве своём проанализированные художественные образы шаблонны: они не люди, а схемы. У значительного количества журналистских образов нет индивидуального начала, они не подаются как драматические герои в развитии. Сюжетные линии главенствуют над раскрытием журналистских образов и саморефлексией героев, поэтому можно говорить о их нравственной несостоятельности, остающейся за кадром.

Одним из объяснений этому может служить существование популярной не только на российском телевидении, но и в российском кинематографе «модели понижающей селекции», главная цель которой – максимальное привлечение аудитории. Модель эта заключается в упрощении смыслов и намеренном использовании крайне эмоциональных сцен, вызывающих к бессознательному зрителя, «неподверженного культурным запретам».<sup>2</sup> Например, это может быть

---

<sup>1</sup> Липпман У. Общественное мнение / Пер. С англ. Т.В. Бачуровой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. С.108.

<sup>2</sup> Дондурей Д. Граждане против гражданского общества. Телерейтинг как воспитатель нации / Д.Б. Дондурей – Текст : электронный // Искусство кино. – 2013. – № 4. – URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2013/04/grazhdane-protiv-grazhdanskogo-obshchestva-telerejting-kak-vospitatel-natsii>

демонстрация патологий, аномалий, скандалов, скрытых сторон приватной жизни<sup>1</sup>. Так, журналистские образы, не раскрытые как герои драматические, тем не менее зачастую погружены в события, способные вызвать крайнее переживание зрителя: они оказываются в опасности (иногда на грани жизни и смерти), рискуют, вторгаются в частную жизнь или помещаются в ситуации, демонстрирующие подробности интимной жизни (в основном это относится к женским журналистским образам).

В значительном количестве фильмов проанализированного периода обозначение профессии героя не имеет смысловой нагрузки, что ещё более понижает необходимость изображать на экране глубокого героя. Автором также отмечено, что большинство журналистских образов помещены либо в комедийный, либо в криминальный жанр (женские образы – в мелодраматический), что также в определённой степени снимает вопрос необходимости разносторонних образов. Образы журналистов не представляются режиссёрам подходящими для создания кинематографических произведений экзистенциального толка, «серьёзного» кинематографа.

Наряду с этим происходит вполне чёткое деление на образы, помещённые либо в отрицательное, либо в положительное смысловое поле: теряется баланс между антигероем и героем, между движением вниз и вверх. В свете вышесказанного отметим дуалистичность экранных журналистских образов, либо гиперболизированных до героев, либо сведённых к крайности непрофессионализма. Автором выделены две основные категории стереотипизированных образов журналистов: журналист-манипулятор и журналист-праведник. Первый (превалирующий) – это образ журналиста, руководствующегося интересами бизнеса и власти, целью которого является максимизация прибыли, ради чего он прибегает к нечестным методам. Второй (журналист-праведник) олицетворяет стереотипы идеализированные, борется с несправедливостью и страдает за воцарение

---

<sup>1</sup> Дондурей Д. Граждане против гражданского общества. Телерейтинг как воспитатель нации / Д.Б. Дондурей – Текст : электронный // Искусство кино. – 2013. – № 4. – URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2013/04/grazhdane-protiv-grazhdanskogo-obshchestva-telerejting-kak-vospitatel-natsii>

правды. Образ журналиста-праведника в основном воспроизводится либо в телепродукции, либо в фильмах, снятых с целями пропаганды. В целом, такая классификация во многом совпадает с классификацией, продолженной ещё в прошлом столетии кинокритиком Кириллом Разлоговым в отношении западных кинематографических образов журналистов: он разделил их на аутсайдеров (соответствуют образам праведников, выделенным в данном исследовании) и демигургов (соответствуют образам журналистов-манипуляторов, согласно классификации автора)<sup>1</sup>.

Отличаются от двух вышеуказанных обобщённых категорий женские образы журналисток, подавляемые романтической линией сюжета, которые автор предлагает рассматривать как самостоятельные.

Эволюция же в изображении журналистских образов происходит крайне медленно. На протяжении десятилетий они помещаются в криминальные жанры: то, что было актуальным в девяностых и начале нулевых годов и к началу десятых, представляется, уже кануло в лету. Та реальность, которой живёт российское журналистское сообщество, через кинематограф не осознаётся своевременно: полностью избежать использования устаревших стереотипов и смыслов не видится возможным, однако привести их к балансу с социокультурными реалиями вполне реально.

Только в последние несколько лет начали получать репрезентацию вызовы профессии, связанные с развитием интернета. Новые медиа и интернет-платформы как способ доставки информации зачастую позиционируются в качестве альтернативных способов самореализации героев. Само же интернет-пространство стало платформой для изображения новых и альтернативных представлений о журналистике (на данный момент это сериал «Просто представь, что мы знаем»). Однако речи об активном освоении новых смысловых территорий,

---

<sup>1</sup> Разлогов К. Аутсайдер или демигург? (Образ журналистов в современном западном кино)/ К. Разлогов. – Текст: непосредственный // Мифы и реальность: Зарубежное кино сегодня. – 1988. – №10. – С. 81–83.



предсказании и предчувствии событий (что также может являться одной из функций кинематографа) пока не идёт.

В целом, автор может сделать вывод, что образ журналиста как героя с проблематикой, полноценного, нравственно осознанного, развивающегося, независимого, поданного не с односторонней точки зрения является дефицитным в российском кинематографе исследуемого периода (за исключением Александра Гурьева из фильма «Движение», тем не менее, нельзя назвать его полностью оригинальным ввиду большого количества совпадений со «Сладкой жизнью»).

Резюмируя анализ образов журналистов в российском игровом кинематографе 2000-2020 годов сделаем попытку подтвердить выдвинутые ранее гипотезы.

1. Телевидение, «являющееся основным источником информации для большинства россиян»,<sup>1</sup> и показываемые на нём телесериалы в большинстве своём изображают положительные образы журналистов (это фильмы о «криминальных журналистах», сериалы с метасюжетом «Золушка» и показанные на телевидении фильмы о информационной войне) и могут влиять на формирование в массовом сознании положительного образа журналиста и способствовать увеличению разрыва с медийной действительностью.

2. На интернет-платформах действительно репрезентуются альтернативные точки зрения на российскую журналистику, а образы журналистов предстают в негативном ключе. Однако отрицательные стереотипы остаются неизменными, а лишь погружаются в современные социокультурные реалии. Тем не менее, для молодёжи и интернет-пользователей в целом они являются одним из источников получения знаний об институте журналистики, что может способствовать снижению уровня доверия к нему и влиять на склонность молодого поколения к более негативному восприятию журналистов, чем у людей, получающих информацию о них через телевидение и «классический» кинематограф.

---

<sup>1</sup> Волков Д., Гончаров С. Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, интернет и социальные сети (аналитический отчёт) – Текст: электронный // Левада-центр – 2019 – 1 авг. – URL: <https://www.levada.ru/2019/08/01/21088/>

Для точного подтверждения данных теоретических предположений необходимо проведение социологических исследований.

## 4.2. Зарубежный опыт

В рамках данного исследования не представляется возможным дать исчерпывающее сравнение российского и зарубежного опыта в изображении журналистских образов, однако данная тема является широким полем для дальнейшего изучения. Автором будут даны лишь тезисы представлений об их различиях.

Принципиальным различием в подходе к изображению на экране журналистских образов служит, в первую очередь, сама частотность их использования. В отношении российского опыта можно отметить явный дефицит образов журналистов в игровом кинематографе: за 2000-2020 годы их едва ли наберётся, при самом обнадёживающем раскладе, более шестидесяти (с учётом телевизионной продукции и тех лент, где журналисты не являются главными героями). Их число за тот же период в одних только США представляет собой цифры в три, а то и четыре раза большие. Например, согласно базе данных проекта IJPC, только за 2020 в США были выпущены 12 кинофильмов, содержащих образы журналистов.<sup>1</sup> Подчеркнём, что этот год был крайне тяжёлым для киноиндустрии (ввиду пандемии COVID-19) и кинопроизводство значительно сократилось, однако даже в таких условиях образы журналистов получили «место» на экране.

О явном количественном разрыве в репрезентации образов журналистов говорят и многие кинокритики. Например, Даниил Леховицер констатирует, что если сравнить количество американских и российских сериалов о журналистах, то «можно прийти к выводу, что здесь [в России] такой профессии не существует».<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> The image of the journalist in popular culture (database) / project of The Norman Lear Center, USC Annenberg School for Communication & Journalism. – Los Angeles. – URL: <http://www.ijpc.org/database/searchform>

<sup>2</sup> Леховицер Д. Землемер В.: Роман Волобуев и неправильный прикус отечества / Д. Леховицер. – Текст : электронный // Искусство кино. – 2020 – 8 окт. – URL: <https://kinoart.ru/texts/zemlemer-v-roman-volobuev-i-nepravilnyy-prikus-otechestva>

Второе различие заключается в следующем: так как аналитический процесс российского кинематографа значительно отстаёт от темпов развития общества, то и осознание актуальных вызовов журналистики в нём происходит намного медленнее, чем в других странах. Так считают и многие культурологи, например, Вера Зверева также отмечает, что «в российской медиакulturе и в её осмыслении сохраняется большое запаздывание».<sup>1</sup>

В отличие от России, в США героев-журналистов погружают в смысловые рамки самых злободневных тем: например, ленты «Скандал» (2019) и «Самый громкий голос» (2019) выходят на пике движения #metoo и затрагивают тему сексуальных домогательств до журналисток со стороны начальства. Если же говорить о более широких смысловых полях, то и здесь отмечается глобальное отставание российской кинокультуры: пожалуй, главная лента, посвящённая теме форматирования реальности журналистами – «Телесеть» – вышла на экраны в 1976 году, в то время как в России данная проблема получает репрезентацию только в 2005 («Большая прогулка»). Нельзя не подчеркнуть, что это связано и с иным развитием журналистики (также и кинематографа) в нашей стране и её советским прошлым, и данные аспекты, по мнению автора, должны быть тщательно проанализированы и исследованы.

Третье принципиальное различие – качество кинопродукции, в которую помещаются журналистские образы. Автором отмечено, что многие фильмы, считающиеся классикой мирового кинематографа в фабуле своей имеют именно героев-журналистов: это и «Гражданин Кейн», и «Сладкая жизнь», и «Римские каникулы». Российская же продукция, проанализированная в данной работе, в большинстве своём имеет крайне низкие или средние рейтинги и соответствующее им качество. Большинство героев-журналистов в российском кинематографе появляются в основном в мелодрамах, комедиях и криминальных жанрах, представляющих собой олицетворение мейнстримного кино, не претендующего

---

<sup>1</sup> Секретная служба телевидения. О функциях телекритики. Круглый стол «ИК» – Текст : электронный // Искусство кино. – 2008. – № 4. – URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2008/04/n4-article13>

на глубокие смыслы и качественное исполнение. Герой-журналист российским режиссёрам не представляется достойным быть героем трагическим, сложным, поэтому и в авторском кино к журналистским образам едва ли обращаются. Заглянув же в историю мирового кинематографа, вспомним, что журналисты становились героями фильмов «не для всех» таких режиссёров, как Ф. Феллини («Сладкая жизнь»), М. Антониони («Профессия: репортёр»), В. Вендерс («Алиса в городах»). За рубежом и сейчас продолжают считать, что «сотрудник СМИ – очень даже выгодный образ для художественного произведения экзистенциального толка».<sup>1</sup> В России же, к сожалению, такие убеждения практически отсутствуют.

И если автором данного исследования отмечено, что в российском игровом кинематографе журналист представлен по большей части как герой отрицательный и крайне стереотипизированный, то исследователи зарубежного опыта отмечают иную тенденцию в изображении героев-журналистов. Одновременно с большим количеством отрицательных журналистских образов, наделённых отрицательными стереотипами<sup>2</sup>, существует количество ещё большее образов положительных. И, вопреки убеждению самих американских журналистов о том, что их репрезентация в кино как отрицательных героев вредит их авторитету, исследователь Matthew C. Ehrlich убеждён в обратном. В своей книге «Journalism in the movies»<sup>3</sup> он доказывает, что изображение прессы в голливудском кино далеко от негативного. Он также выявляет попытки объективного взгляда на профессиональную деятельность журналиста и репрезентации его в большинстве произведений как героя положительного.

---

<sup>1</sup> Мусин Э. «Около кино»: «Профессия: репортёр». Журналисты глазами независимого кино / Э. Мусин — Текст: электронный // Concepture — 2018. — 25 мая. — URL: [https://concepture.club/post/rubrika\\_2021/professija-reporter-zhurnalisty-glazami-nezavisimogo-kino#](https://concepture.club/post/rubrika_2021/professija-reporter-zhurnalisty-glazami-nezavisimogo-kino#)

<sup>2</sup> Ehrlich M. C Facts, truth and bad journalists in the movies / M. C. Ehrlich – Текст: электронный // Journalism. – 2006. – №. 4 – С. 506. URL: <http://www.ijpc.org/uploads/files/Facts%2C%20truth%2C%20and%20bad%20journalists%20in%20the%20movies%20Matthew%20C.%20Ehrlich.pdf>

<sup>3</sup> Ehrlich M. C Journalism in the movies / Matthew C. Ehrlich – Urbana: University of Illinois Press, 2010. – 230p. – Текст: непосредственный.

Можно предположить, что для создания достойного журналистского образа в российском кино ключом к успеху может являться отказ от намеренного воспроизводства стереотипов, использование уникальных сюжетов и актуальных представлений о профессии, помещение героев в современную социокультурную среду. Данная тенденция к смысловому плюрализму наметилась в российском игровом кинематографе только в последние годы (по большей части благодаря развитию стримминговых сервисов) и автор надеется, что она продолжит своё развитие.

## Заключение

Завершить данное исследование хотелось бы словами футуролога Элвина Тоффлера: «По мере ускорения перемен в обществе изменяемся и мы сами. Нас настигает все новая информация, и мы вынуждены постоянно пересматривать картотеку образов. Старые, относящиеся к прошлой жизни образы должны заменяться новыми, иначе наши действия не будут соответствовать новой реальности, мы станем более некомпетентными».<sup>1</sup>

Главным итогом проведённого исследования можно назвать крайне медленную эволюцию журналистского образа в российском игровом кинематографе 2000-2020 годов. Новые вызовы профессии, требующие осмысления, осознаются с большим запозданием и не получают должных репрезентаций. Во многом это связано с широким использованием в российской кинокультуре наиболее упрощённых и поверхностных стереотипов о журналистском сообществе и журналистике в целом.

Наблюдается дефицит глубоких, драматических журналистских образов в развитии. Стереотипы, используемые по отношению к ним в кинематографе, во многом формирующем взгляды массовой аудитории на данную профессию, могут влиять на увеличение диссонанса между действительностью и образом журналиста в массовом сознании. Автор убеждён, что для его уменьшения требуются изменения как внешние, так и внутренние. С одной стороны, стереотипы о журналистах в российском кинематографе будут воспроизводиться до тех пор, пока их жизненные «внутренние» подтверждения не сойдут на нет (что является процессом крайне долгим) или пока их не подавят стереотипы новые. С другой стороны, изменения внутренние будут заметно облегчены (а их восприятие массовым сознанием ускорено) в том случае, если представленные в кинематографе образы журналистов в большей или меньшей степени освободятся от устаревших стереотипов. В определённой степени это представляет собой замкнутую

---

<sup>1</sup> Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер – М.: АСТ, 2010. – 795 с. – Текст: непосредственный. С. 111.

цепочку, и трудно с уверенностью сказать, какое из её звеньев должно главенствовать.

Тема журналистских образов в отечественном кинематографе является широким полем для будущих исследований. Так, для подтверждения выдвинутых автором гипотез и их теоретического обоснования требуется проведение социологических исследований о влиянии кинематографических образов журналистов на массовое сознание россиян. Помимо этого, представляется логичным продолжить более глубокий анализ-сравнение зарубежного и российского опыта изображения образов журналистов в кинематографе. Особый интерес представляет детальное исследование образа журналиста в советском кинематографе, применяемых к нему стереотипов и его сопоставление с опытом российским. В условиях глубочайшей медиатизации жизни для понимания современных вызовов и осознания прошлого опыта российской журналистики декодирование смыслов, вложенных в журналистские образы в отечественном кинематографе, носит исключительный характер.

## Список источников и литературы

### Источники:

1. Атлас новых профессий / под ред. П. Лукши – М.: Издательство «Олимп–Бизнес», 2015. – 216 с.: ил. – Текст: непосредственный.
2. Беженка из Славянска вспоминает, как при ней казнили маленького сына и жену ополченца // Первый канал – 2014. – 12 июля. – URL: [http://www.1tv.ru/news/2014-07-12/37175-bezhenka\\_iz\\_slavyanska\\_vspominaet\\_kak\\_pri\\_ney\\_kaznili\\_malenkogo\\_syna\\_i\\_zhenu\\_opolchentsa](http://www.1tv.ru/news/2014-07-12/37175-bezhenka_iz_slavyanska_vspominaet_kak_pri_ney_kaznili_malenkogo_syna_i_zhenu_opolchentsa) (дата обращения: 24.04.2021)
3. Волков Д., Гончаров С. Российский медиа-ландшафт: телевидение, пресса, интернет и социальные сети (аналитический отчёт) – Текст: электронный // Левада-центр – 2019 – 1 авг. – URL: <https://www.levada.ru/2019/08/01/21088/> (дата обращения: 20.04.2021)
4. Образ журналистов в массовом сознании россиян / М.: Циркон, 2018. – Текст: электронный. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz\\_zhurnalistov-2018\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/b0d/Obraz_zhurnalistov-2018_otchet.pdf) (дата обращения: 10.04.2021)
5. Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе/ М.: Циркон, 2018. – Текст: электронный. – URL: [http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty\\_otchet.pdf](http://www.zircon.ru/upload/iblock/dd6/zhurnalisty_otchet.pdf) (дата обращения: 10.04.2021)
6. The image of the journalist in popular culture / project of The Norman Lear Center, USC Annenberg School for Communication & Journalism. – Los Angeles. – URL: [http://www.ijpc.org/pa-%20ge/ijpc\\_washington](http://www.ijpc.org/pa-%20ge/ijpc_washington). (дата обращения: 14.04.2021)
7. The image of the journalist in popular culture (database) / project of The Norman Lear Center, USC Annenberg School for Communication & Journalism. – Los Angeles. – URL: <http://www.ijpc.org/database/searchform> (дата обращения: 24.04.2021)



## Литература:

1. 9/11: терроризм и кино. Почему в России не снимают фильмы о терроре. «Круглый стол» Текст : электронный // Искусство кино. – 2011. – №9. – URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2011/09/n9-article4> (дата обращения: 22.02.2021)
2. Ажимова Л. В. Жан Бодрийяр о феномене массовых коммуникаций в обществе потребления / Л.В. Ажимова – Текст : электронный // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2012. – № 3(19). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhan-bodriyyar-o-fenomene-massovyh-kommunikatsiy-v-obschestve-potrebleniya> (дата обращения: 07.04.2021)
3. Антипова К.М. Формирование медиаобраза журналиста в современном кинематографе / К.М. Антипова – Текст : электронный // Медиа. Информация. Коммуникация: международный журнал. – 2013. – № 6. – URL: <http://mic.org.ru/vyp/2013/formirovanie-mediaobraza-zhurnalista-v-sovremennom-kinematografe/> (дата обращения: 11.02.2021)
4. Баканов Р. П. Образ журналиста в произведениях массовой культуры Российской Федерации / Р. П. Баканов, К.И. Зайсанов // Информационное поле современной России: практики и эффекты: сб. статей XIV Международной науч.-практ. конф. – Казань: Изд. Казань, 2017. – С.63-69. – Текст: непосредственный
5. Боксер В.О. Большие бренды всегда правы. Интернет на подхвате у телевидения / В.О. Боксер – Текст : непосредственный // Искусство кино. – 2015. – № 4. – С. 73-79.
6. Васильева Ж. Анатолий Прохоров: «Телевидение – смутный субъект желаний» / Ж. Васильева – Текст : электронный // Искусство кино. – 2004. – №11. – URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2004/11/n11-article17> (дата обращения: 07.02.2021)
7. Гриенок Ф. Клиповое сознание / Ф. Гриенок – М.: Проспект, 2015. – 256 с. – Текст: непосредственный.

8. Дергачев В. Средства массового недоверия / В. Дергачев – Текст: электронный // РБК. – 2018. – 22 окт. – URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/10/23/5bcc97729a7947e625fc02ba> (дата обращения: 09.04.2021)
9. Дондурей Д. Граждане против гражданского общества. Телерейтинг как воспитатель нации / Д.Б. Дондурей – Текст : электронный // Искусство кино. – 2013. – № 4. – URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2013/04/grazhdane-protiv-grazhdanskogo-obshchestva-telerejting-kak-vospitatel-natsii> (дата обращения: 14.04. 2021)
10. Дондурей Д.Б, Тимченко Г. В. Галина Тимченко: «Вперёд, обернувшись назад». Почему нет экспертизы медиа? / Д.Б. Дондурей, Г.В. Тимченко – Текст : электронный // Искусство кино. – 2017. – № 1. – URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2017/01/galina-timchenko-vpered-obernuvshis-nazad-pochemu-net-ekspertizy-media> (дата обращения: 11. 02. 2021)
11. Корыхалова П.Р. Образы журналиста в американском кинематографе и их ценностные ориентиры // П. Р. Корыхалова – Текст : электронный // Цифровизация коммуникативно-культурной памяти: роль журналистики как социального института. – Ч.2. – Екатеринбург, 2019. – С. 93-96. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37643503> (дата обращения: 13.02.2021) – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
12. Леховицер Д. Землемер В.: Роман Волобуев и неправильный прикус отечества / Д. Леховицер. – Текст: электронный // Искусство кино. – 2020 – 8 окт. – URL: <https://kinoart.ru/texts/zemlemer-v-roman-volobuev-i-nepravilnyy-prikus-otechestva> (дата обращения: 15.04.2020)
13. Липпман У. Общественное мнение / Пер. С англ. Т.В. Бачуровой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с. – Текст: непосредственный.
14. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с. – Текст: непосредственный.

15. Мальцев А. С. Журналистика как индикатор социальной реальности в авторском кино / А.С.Мальцев – Текст : электронный //Филология, иностранные языки и медиакоммуникации – 2020. – С. 95-100. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43794147> (дата обращения: 10.02.2021) – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
16. Мусин Э. «Около кино»: «Профессия: репортёр». Журналисты глазами независимого кино / Э. Мусин — Текст: электронный // Concepture — 2018. — 25 мая. — URL: [https://concepture.club/post/rubrika\\_2021/professija-reporter-zhurnalisty-glazami-nezavisimogo-kino#](https://concepture.club/post/rubrika_2021/professija-reporter-zhurnalisty-glazami-nezavisimogo-kino#) (дата обращения: 25.04.2021)
17. Наедин А. Сюжетостроение: от Польшы до Проппа / А. Наедин – Текст : непосредственный // Рекламные идеи – 2005. – № 5. – С. 97-101.
18. Разлогов К. Аутсайдер или демигург? (Образ журналистов в современном западном кино)/ К. Разлогов. – Текст: непосредственный // Мифы и реальность: Зарубежное кино сегодня. –1988. – №10. – С. 81–93.
19. Рзаева Н. С. О кинематографическом образе / Н. С. Рзаева – Текст: электронный// МНИЖ. – 2013. – №9-3 (16). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-kinematograficheskom-obraze> (дата обращения: 11.04.2021)
20. Секретная служба телевидения. О функциях телекритики. Круглый стол «ИК» – Текст : электронный // Искусство кино. – 2008. – № 4. – URL: <https://old.kinoart.ru/archive/2008/04/n4-article13> (дата обращения: 15.04.2021)
21. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер – М.: АСТ, 2010. – 795 с. – Текст: непосредственный.
22. Трофименков М., Кронидова М. Реальность выхухоли / М. Трофименков, М. Кронидова – Текст : непосредственный // Искусство кино. – 2020. – № 7/8. – С. 76 -81.
23. Халилов В.М. Трансформация образа журналиста и изображения прессы в кинематографе США в начале XXI века / В.М. Халилов. – Текст :

- электронный // Россия и Америка в XXI веке. – 2007. – № 2. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15002973> (дата обращения: 11.02.2021) – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
24. Чекменева К. А. Образ журналиста в западном кинематографе / К.А. Чекменева – Текст : электронный // Юность большой волги. – 2019. – С. 362-363. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41550701> (дата обращения: 11.02.2021) – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей.
25. Шаповал А.Р. Зарождение и эволюция моделей изображения журналиста в кинематографе (на примере Голливуда 1930 – 1950-х годов) – А.Р. Шаповал – Текст: электронный // Горизонты мировой журналистики: история и современность : сб. науч. ст. / Рос. ун-т дружбы народов. – Москва, 2015. – С. 360-374. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26322144> (дата обращения: 15.02.2021)
26. Яковенко И. А. Разорванная профессия / И. А. Яковенко – Текст : электронный // Новая газета – 2007. – 4 июн. – URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2007/06/05/33252-razorvannaya-professiya> (дата обращения: 14.04.2021)
27. Abercrombie N, B. Longhurst Audiences. A social theory of performace and imagination / Nicholas Abercrombie, Brian Longhurst. – London: Sage Publications, 1998. – 208p. – Текст: непосредственный.
28. Booker C. The seven basic plots why we tell stories / C. Booker – London: Continuum, 2004. – 728 p. – Текст: непосредственный.
29. Ehrlich M. C Facts, truth and bad journalists in the movies / M. C. Ehrlich – Текст: электронный //Journalism. – 2006. – №. 4 – С. 501-519. URL: <http://www.ijpc.org/uploads/files/Facts%2C%20truth%2C%20and%20bad%20journalists%20in%20the%20movies%20Matthew%20C.%20Ehrlich.pdf> (дата обращения: 14.04. 2021)
30. Ehrlich M. C Journalism in the movies / Matthew C. Ehrlich – Urbana: University of Illinois Press, 2010. – 230p. – Текст: непосредственный.

31. Ehrlich M. C., Saltzman J. Heroes and scoundrels. The image of the journalist in popular culture / Matthew C. Ehrlich, Joe Saltzman. – Urbana: University of Illinois Press, 2015. – 208p. – Текст: непосредственный.
32. Randall D. The universal journalist / D. Randall – London: Pluto Press, 2016 – 292 p. – Текст: непосредственный.

Использованные кинематографические произведения:

1. Агентство «Золотая пуля»: телесериал / реж. Е. Иванов – Сериал выходил на экраны в 2002 г.
2. Алиса в городах: художественный фильм / реж. В. Вендерс – Фильм вышел на экраны в 1973.
3. Бандитский Петербург: Барон: телесериал / реж. В. Бортко – Сериал выходил на экраны в 2000 г.
4. Бандитский Петербург 3: Крах Антибиотика: телесериал/ реж. В. Сергеев – Сериал выходил на экраны в 2001 г.
5. Бандитский Петербург 4: Арестант: телесериал / реж. А. Бенкендорф – Сериал выходил на экраны в 2003 г.
6. Большая прогулка: телесериал / реж. Г. Жихаревич – Сериал выходил на экраны в 2005 г.
7. В движении: художественный фильм / реж. Ф. Янковский – Фильм вышел на экраны в 2002 г.
8. Военный корреспондент: телевизионный мини-сериал / реж. П. Игнатов – Сериал выходил на экраны в 2014 г.
9. Гена-Бетон: художественный фильм / реж. Р. Качанов – Фильм вышел на экраны в 2013 г.
10. Горячие новости: художественный фильм / реж. А. Банке – Фильм вышел на экраны в 2009 г.
11. Гражданин Кейн: художественный фильм / реж. О. Уэллс – Фильм вышел на экраны в 1941 г.

12. День выборов: художественный фильм / реж. О. Фомин – Фильм вышел на экраны в 2007 г.
13. День радио: художественный фильм / реж. Д. Дьяченко – Фильм вышел на экраны в 2008 г.
14. Защита свидетелей: телесериал / реж. В. Фурман, А. Лебедев – Сериал выходил на экраны в 2011 г.
15. Каменное сердце: телесериал / реж. А. Аравин – Сериал выходил на экраны в 2016 г.
16. Картонная пристань: художественный фильм / реж. К. Котельников – Фильм вышел на экраны в 2020 г.
17. Консервы: художественный фильм / реж. Е. Кончаловский – Фильм вышел на экраны в 2007 г.
18. Короткое замыкание: киноальманах (новелла «Позор») / реж. Б. Хлебников – Фильм вышел на экраны в 2009 г.
19. Любит не любит: художественный фильм / реж. К. Шипенко – Фильм вышел на экраны в 2014 г.
20. Олимпиус Инферно: художественный фильм / реж. И. Волошин – Фильм вышел на экраны в 2009 г.
21. Питер FM: художественный фильм / реж. О. Бычкова – Фильм вышел на экраны в 2006 г.
22. Последний министр: сериал / реж. Р. Волобуев – Сериал выходит на экраны с 2020 г.
23. Просто представь, что мы знаем: сериал / реж. Р. Волобуев – Сериал выходит на экраны с 2020 г.
24. Профессия: репортёр: художественный фильм / реж. М. Антониони – Фильм вышел на экраны в 1975 г.
25. Римские каникулы: художественный фильм / реж. У. Уайлер – Фильм вышел на экраны в 1953
26. Русский перевод: телесериал / реж. А. Черняев – Сериал выходил на экраны в 2006-2007 гг.

27. Самый громкий голос: телесериал / реж. К. Скогланд, Д. Подесва, С. Бёрнс. С. Фрирз – Сериал вышел на экраны в 2019 г.
28. Свой-чужой: телесериал / реж. С. Попов – Сериал выходил на экраны в 2006 г.
29. Скандал: художественный фильм / реж. Д. Роуч – Фильм вышел на экраны в 2019 г.
30. Сладкая жизнь: художественный фильм / реж. Ф. Феллини – Фильм вышел на экраны в 1960 г.
31. Срочно в номер: телесериал / реж. В. Басов мл., И. Штернберг, В. Рожко, М. Мокрушев – Сериал выходил на экраны в 2007-2011 гг.
32. Срочно выйду замуж: художественный фильм / реж. С. Чекалов – Фильм вышел на экраны в 2015 г.
33. Телесеть: художественный фильм / реж. С. Люмет – Фильм вышел на экраны в 1976 г.
34. Тихие омуты: художественный фильм / реж. Э. Рязанов – Фильм вышел на экраны в 2000 г.
35. Трудности выживания: художественный фильм / реж. Е. Торрес – Фильм вышел на экраны в 2019 г.