Теория и история культуры, искусства / Theory and History of Culture, Art

Научная статья
DOI: 10.12731/2576-9782-2026-10-3-343
УДК 791.43:130.2

Original article
EDN: LFEUOU

Конструирование образа журналиста в советском кинематографе по мифологическим лекалам

В.В. Витвинчук
Алтайский государственный университет, Барнаул, Российская Федерация

Аннотация

Обоснование. Создание образа журналиста в советском кинематографе по мифологическим лекалам предполагает его конструирование с использованием культурных архетипов, универсальных сюжетов и символов, установление значимых для профессии идей и концептов деонтологического характера, что соответствует процессу профессионального самосознания и аксиологической самоидентификации журналистов. Ключевой теоретический тезис данной работы заключается в том, за внешней сюжетной канвой фильмов о перипетиях сотрудников СМИ стоит объемный мифо-сказочный контекст, сквозь призму которого может быть интерпретирован образа журналиста, механизм его создания и значение для культуры и современной журналистской профессии.

Целью исследования является определение механизмов конструирования значимых журналистских образов в советском кинематографе, а также характеристика деонтологического потенциала данных образов. Объектом изучения стали знаки киноязыка и сценарные механизмы, конструирующие образ журналиста, а предметом – деонтологические смыслы этих элементов.

Материалы и методы. Методология данного исследования строится на концепции «пути героя» Дж. Кемпбелла [13] в интерпретации К. Воглера [7], который адаптировал мономиф к нарративному анализу фильмов; семиотическом анализе Р. Барта [3] применительно к изучению социальных мифологий; структурно-функциональном методе В.Я. Проппа [18], который позволяет нам выделять функции персонажей и повторяющиеся нарративные структуры.

Для анализа значимых компонентов образа журналиста советской эпохи были выбраны фильмы Сергея Герасимова «Журналист» (1967) и Владимира Венгерова «Порожний рейс» (1962), которые укладываются в жанр производственной драмы. Критерии выборки: протагонистом выступает профессиональный журналист; жанр

картины укладывается в канон производственной драмы, отражающей специфику профессии; сценарная механика может быть прочитана сквозь призму концепции пути героя; киноленты были популярны и значимы для аудитории (узнаваемый актерский состав, победы на международных кинофестивалях, более 20 миллионов зрителей у каждой картины). Кроме того, эти картины являются яркими представителями творчества период «оттепели», как времени трансформации советской мифологии. Исследование также строится с опорой на анализ фильмов «Черт с портфелем» (1966), «Двадцать дней без войны» (1976), «Москва слезам не верит» (1979), «Мой друг Иван Лапшин» (1984).

Проблематика исследования образа журналиста в советском кинематографе этого периода заключается в постепенном переходе от репрезентации журналиста-труженника и коллективиста к нарративам экзистенциального характера. Идеологическая подоплека сохраняется, но сюжетная драматургия создает конфликт между миссией социального служения и внутренним миром персонажа. Это рождает более сложные и актуальные для современности образы.

Результаты. Анализ сюжетной и образной структуры фильмов позволяет делать вывод о том, что образ и профессиональный путь изображенных журналистов прочитывается в рамках концепции пути героя и сквозь призму архетипа героя мифо-сказочных нарративов. Мифологические лекала (модели) позволяют создавать образ журналиста искреннего и отважного, искателя и исследователя, готового к дальним странствиям и борьбе со злом. Такой ментальный конструкт прочно закрепился в пантеоне героев отечественной культуры и является актуальным и востребованным в условиях информационных процессов гиперсовременности. Типические и архетипические образы профессиональной идентификации журналиста, во многом были сконструированы экранной культурой кинематографа. Эти образные конструкты до сих пор оказывают значимое воздействие на профессиональную культуру журналистов и восприятие журналистики обществом. Советские фильмы функционируют как медиакритические произведения, дающие положения деонтологии журналистской деятельности.

Новизна. Комплексное применение мифологических методов (мономиф, функции персонажа, архетипы, социальные мифологии, нарративы) в исследовании образа журналиста на материале советского кино позволяет выявить новый героический тип советской мифологии, журналиста-героя, который демонстрирует стадии профессионального роста по модели сказочной инициации. Итогом такой инициации становится экзистенциальное преображение журналиста и нахождение правды-истины. Семиотический анализ репрезентаций журналисткой деятельности приводит к выводу о сакральности концепта «правда», который обретает такой статус через механизмы мифологизации журналистского странствия и поиска.

Ключевые слова: кинематограф; образ журналиста; мифологические лекала; знак; путь героя; значимый образ; конструкт; конструирование реальности

Для цитирования. Витвинчук, В. В. (2026). Конструирование образа журналиста в советском кинематографе по мифологическим лекалам. *Russian Studies in Culture and Society / Российские исследования. Культура и общество*, *10*(3), 129-151. https://doi.org/10.12731/2576-9782-2026-10-3-343

The construction of the image of a journalist in Soviet cinema according to mythological patterns

V.V. Vitvinchuk
Altai State University, Barnaul, Russian Federation

Abstract

Background. The creation of the journalist image in Soviet cinema based on mythological templates involves constructing it using cultural archetypes, universal narratives, and symbols, as well as establishing deontological ideas and concepts that are significant for the profession. This corresponds to the process of professional self-awareness and axiological self-identification of journalists. The key theoretical thesis of this work is that behind the external plot of films about the ups and downs of media workers lies a comprehensive mythological and fairytale context, through the prism of which the image of the journalist, the mechanisms of its creation, and its significance for culture and the modern journalistic profession can be interpreted.

The **purpose** of this study is to identify the mechanisms for constructing significant journalistic images in Soviet cinema and to characterize the deontological potential of these images. The object of study is the signs of cinematic language and script mechanisms that construct the image of the journalist, and the subject is the deontological meanings of these elements.

Materials and methods. The methodology of this study is based on the concept of the "hero's journey" by J. Campbell [13] as interpreted by K. Vogler [7], who adapted the monomyth to the narrative analysis of films; the semiotic analysis of R. Barthes [3] as applied to the study of social mythologies; the structural-functional method of V.Ya. Propp [18], which allows us to identify the functions of characters and recurring narrative structures.

To analyze the significant components of the image of a Soviet-era journalist, the films Journalist (1967) by Sergei Gerasimov and Empty Flight (1962) by Vladimir Vengerov, which fit into the genre of industrial drama, were selected. Selection criteria: the protagonist is a professional journalist; the genre of the film fits into the canon of industrial drama, reflecting the specifics of the profession; the screenplay mechanics can be read through the prism of the concept of the hero's journey; These films were popular and significant for audiences (with recognizable casts, victories at international film

festivals, and over 20 million viewers per film). Furthermore, these films are prominent representatives of the "Thaw" period, a time of transformation in Soviet mythology. The study also draws on the analysis of the films "The Devil with a Briefcase" (1966), "Twenty Days Without War" (1976), "Moscow Does Not Believe in Tears" (1979), and "My Friend Ivan Lapshin" (1984).

The **problematic** of studying the image of the journalist in Soviet cinema of this period lies in the gradual transition from the representation of the hard-working and collectivist journalist to existential narratives. The ideological underpinning remains, but the plot dramaturgy creates a conflict between the mission of social service and the character's inner world. This gives rise to more complex images that are relevant to contemporary times.

Results. An analysis of the films' plot and imagery allows us to conclude that the image and professional path of the journalists depicted are understood within the framework of the hero's journey and through the prism of the hero archetype found in mythological and fairytale narratives. Mythological templates (models) help create the image of a sincere and courageous journalist, a seeker and explorer, ready for long journeys and the fight against evil. This mental construct has become firmly entrenched in the pantheon of heroes in Russian culture and is relevant and in demand in the context of hypermodern information processes. Typical and archetypal images of journalistic professional identity were largely constructed by the screen culture of cinema. These imagery constructs continue to exert a significant influence on the professional culture of journalists and the public's perception of journalism. Soviet films function as works of media criticism, providing principles for the deontology of journalistic activity.

Novelty. The comprehensive application of mythological methods (monomyth, character functions, archetypes, social mythologies, and narratives) to the study of the journalist's image in Soviet cinema reveals a new heroic type of Soviet mythology: the journalist-hero, who demonstrates stages of professional growth based on the model of a fairytale initiation. The culmination of this initiation is the journalist's existential transformation and the discovery of the truth. A semiotic analysis of representations of journalistic activity leads to the conclusion that the concept of "truth" is sacred, acquiring this status through the mechanisms of mythologization of the journalistic journey and quest.

Keywords: cinema; journalist image; mythological templates; sign; hero's journey; significant image; construct; construction of reality

For citation. Vitvinchuk, V. V. (2026). The construction of the image of a journalist in Soviet cinema according to mythological patterns. *Russian Studies in Culture and Society*, *10*(3), 129-151. https://doi.org/10.12731/2576-9782-2026-10-3-343

Введение

Обращение к образам журналистов, реализованных в киноязыке советских фильмов периода «оттепели», обосновано современным

кризисом доверия общества по отношению к СМИ, размытием массовых представлений о профессии журналиста (неопределенностью границ между социальными ролями блогера, медиакоммуникатора и журналиста) и сложностями профессиональной идентификации журналистов.

С распадом СССР и атомизацией общества культурный ареал нашей страны подвергся энтропийному мультиплицированию идеологем, которые, с одной стороны, дали полную свободу в трактовке идеологической подоплеки любых общественных событий, но, с другой стороны, отменили возможность культивации и трансляции образов, идей и ценностей на все общество в целом. Отмена идеологии сломала механизмы воспитания общества, следовательно, нашему обществу приходится оперировать теми образами и концептами, которые были сформированы еще в советскую эпоху культурного генезиса ценностей.

Однако современный мир изменился и стремительно продолжает меняться. Возникает резонный вопрос о релевантности устоявшихся значимых образов и концептов советской мифологии в отношении современной культуры, в частности журналисткой профессиональной культуры. Как могут культурные практики и традиционные методы журналистской деятельности существовать в цифровой гиперреальности. Возможно, ситуация систематического перепроизводства знаков делает избыточным само понятие деонтологических стандартов журналистики, и журналисты лишены агентности в репродуцировании информационных процессов. Либо, напротив, информационная гиперреальность становится настолько доминирующей и более реальной, чем сама реальность, что только журналисты становятся навигаторами в системе массовой коммуникации.

Чтобы понять значение журналистских образов советского кино для современного общества, необходимо проанализировать мифические смыслы этих образов, понять насколько они встроены в современную культуру и социальные мифологии. Решить эту задачу позволяет комплексное применение мифологических методов.

Теоретико-методологические основания исследования

Одним из ключевых понятий данной работы является «значимый образ», который мы рассматриваем как визуальный конструкт, отражающий деонтологические характеристики журналисткой профессии. Это подразумевает не просто экспликацию социального конструкта, а выявление архетипов профессиональной журналистской мифологии.

Ряд отечественных и зарубежных исследователей обращались к вопросу о первичности медиаобраза, детерминирующего реальность. Такая реальность рассматривается в академических трудах как перманентная трансформация материи, ведь только непрерывная изменчивость может быть результатом и продуктом информации, которая сама по себе есть изменение. В трудах Т. М. Дридзе, Е. П. Прохорова, С. Г. Корконосенко, Л. Г. Свитич, Т. И. Фроловой, Е. В. Петровой, Е. Л. Головлевой, Н. Р. Балынской, Э. А. Сулейманова, – мы находим трактовку и обоснование терминов «информационное пространство» и «информационное общество» не как философских абстракций и ареалов бытия знаков, а как маркеров реальности, пронизанной каналами коммуникации и буквально состоящей из этих каналов. Продолжая мысль М. Маклюэна [16], мы можем сказать, что канал коммуникации – это и есть сообщение, а сообщение есть реальность. Семиосоциопсихологическая теория рассматривает коммуникацию как фактор формирования общественной психологии и культуры, а Е. П. Прохоров [19] и С. Г. Корконосенко [21] делают следующий шаг, характеризуя уже само общественное бытие как продукт коммуникативной деятельности. Ключевым актором в этом процессе становится журналистика в ее институциональном воплощении. Предметом изучения ученых стало не содержание информационного сообщения, а мера его воздействия на социум и бытие, локализованные в медиатизированной реальности. Даже смещение парадигмы исследования в сторону политики и определение индивида как «существа политического» неизменно приводит к первичности массмедиа, как драйверу всего политического. Таким образом, можно утверждать первичность логоса и образа в модели построение современной реальности.

Значение логоса и образа в каналах коммуникации как истоков бытия реальности можно проследить в трудах зарубежных авторов: У. Липпман, П. Бергер, Т. Лукман, М. Э. Маккомбс, Ш. Дональд, Г. Такман, чьи труды давно стали классическими и дали нам концепции «общественного мнения», «социального конструирования реальности», «установления повестки дня», «социологии производства новостей» и др. Социологические, критические и гендерные подходы данных авторов позволили утверждать, что социальная реальность конструируется через коммуникацию, медиа создают среду, а институциональный характер новостей задает рамки реальности. Проблема новостных рамок, акцентирующих определенные аспекты реальности, или концепция фрейминга в журналистике рассматривалась в трудах: Т. Гитлина, Р. Энтмана, Э. Гофмана, которые позволили увидеть в массовой коммуникации матрицы социальных событий и схемы распознавания этих событий, что дало исследователям инструмент для препарирования информационной плоти реальности. Наибольшее значения для нашего исследования представляет критическое наследие таких авторов как Н. Хомский, Э. Херман, М. Кастельс, З. Бауман, Ж. Бодрийяр и Н. Луман, которые изучали деструктивные практики массмедиа в насаждении идей и смыслов, выгодных для капиталистической элиты и политических демиургов. С учетом того, что информация в современном мире неизбежно сращивается с дезинформацией и фейками, необходимо упомянуть труды современного автора Й. Бенклера, рассматривающего процессы конструирования альтернативной реальности посредством прямой лжи и маргинальной социальной мифологии.

«Современная цифровая культура, виртуализирующая практически все сферы человеческого бытия, приводит к тому, что многие культурные формы претерпевают существенные и даже сущностные изменения» [12]. Вопрос сущностной трансформации стоит на повестке дня еще с тех лет, когда об этом впервые заговорил М. Маклюэн [16]. До этого не менее значимые теоретики и аналитики, например Й. Хейзинга [24], предпочитали попросту игнорировать или отрицать возможность влияния медиа на сущность явлений и

практик. В современной науке существует почти доминирующий консенсус о медиа как демиурге образов и представлений, но научное сообщество все еще не решается признать степень и скорость изменений реальности под воздействием виртуализации нашего бытия.

Анализ фильмов и исследование журналистских образов базируется на концепциях Дж. Кемпбелла, К. Воглера, Р. Барта, В. Я. Проппа.

Ключевые теоретические установки

Изучение теоретических источников дает две важные для нашего исследования предпосылки. 1. Отстраняясь от этических оценок, нужно констатировать тот факт, что ложность или правдивость информации, несущей через массмедиа ключевые образы и концепты, не влияет на эффективность воздействия на массовое сознание. Тотальное транслирование и инкорпорирование значимой информации в сознание аудитории порождает виртуальную реальность, которая некритично воспринимается как более реальная, чем сама реальность. 2. Виртуальная реальность конструирует социальную реальность, а значит определяет значительную область поведения и бытия индивида.

В кинематографе исследователи видят инструмент культуры, который может рассматриваться как мироздание второго порядка, то есть модель жизни человека и общества (бытия), не претендующая на истинность, в отличие от мироздания первого порядка, формируемого научной парадигмой знания. Впрочем, истинность мироздания от науки столько же условна, как и «правдоподобность» образов кино: наука тоже формирует субъективные истины, а не истину в единственном числе. «Мироздание (как модель) обязано быть сжатым образом бытия… мы не «открываем» законы мироздания, мы «изобретаем» их как удобный способ сжатия данных о бытии» [9]. Кино конструирует образ реальности внутри образа реальности (научного), парадоксальным образом являясь более реальным и аутентичным для широкой аудитории в силу демократичности своего языка общения с этой аудиторией. Несмотря на столетия процессов популяризации научного знания парадигма науки все еще сильно

уступает парадигме массовой информации. Недоступное прямому восприятию бытие становится репрезентированным в массовом сознании средствами кино, а не науки, что приводит нас к мысли о «действенности» вторичного мироздания. Оно лишь отчасти является продуктом познания и в гораздо большей степени становится инструментом влияния. Другими словами, нам (широкой аудитории) доступно лишь бытие в образах вторичного мироздания.

Образы журналистов и журналистики, созданные в советском кино, значительно отличаются от наличной исторической реальности, в силу действия неформальной цензуры, вертикальной подчиненности газет и авторитаризма в советском государстве. Нет надобности повторять риторику многочисленных разоблачительных публикаций конца XX века о вопросах пропаганды и идеологии на страницах советских газет. Наше исследование нацелено на выявление значимых образов журналистики в советском кино вне привязки к категориям ложности и правдивости. Важно понять конструкцию этих образов и влияние на массовое сознание, испытываемое аудиторией до сих пор. Значимость и влиятельность этих образов мы обосновываем сменой парадигмы отечественного кинематографа, который после распада СССР утратил возможность эффективно и массово внедрять образы в сознание аудитории. Так, по сообщению издания Газета.ru, «в 2025 году лишь 5 из 41 российских фильмов, снятых при государственной поддержке, смогли окупиться в прокате, тогда как 36 проектов не достигли точки безубыточности. Таким образом, 88% таких картин оказались коммерчески неуспешными…» (В 2025 году не окупились 88% фильмов с государственной поддержкой // Газета.ru. URL: https://www.gazeta.ru/social/news/2026/03/17/28071157.shtml).

Советский кинематограф тоже не сразу стал функционировать как всеобъемлющая машина идеологии. Для отечественных СМИ 1917 год был временем «часа ноль», что подразумевает отказ от прежних профессиональных традиций и переход к новой парадигме массовых коммуникаций. Конечно, В.И. Ленин, издавая указы и программные статьи о новом «характере газет», хотел добиться быстрых и фундаментальных преобразований массовой коммуни-

кационной системы, но сложные социально-политические реалии тормозили эти процессы. Это привело к принципиальной неспособности кинематографа произвести значимую репрезентацию института прессы в первые десятилетия своего существования. Эпоха сталинского кино предполагала лишь производство музыкальных комедий и картин, лакирующих действительность, но не вскрывающих внутриинституциональные проблемы журналистики. Поэтому первые высокохудожественные фильмы о журналистах появляются в советской киноиндустрии в период «оттепели» политического режима и возможности транслировать проблемные вопросы профессиональной сферы.

Мифологическая атрибутика и символический путь странствий героя-журналиста

Сценарий фильма «Журналист» уверенно встраивается в рамки жанра производственной драмы. Молодой столичный журналист уверенно идет по карьерной лестнице, редактор планирует перевести его в международный отдел, а это предполагало возможность заграничных командировок. Для интеллектуальной элиты СССР существовало совсем немного способов побывать за границей, поэтому данное повышения по службе для молодого журналиста Алябьева нужно воспринимать как головокружительный взлет карьеры: уже в начале своей профессиональной деятельности он получает служебные бенефиты, о которых большинство журналистов могли только мечтать. Сценарное искусство предлагает рассматривать перипетию «головокружительный успех» как один из ключевых драйверов развития персонажа в начале его пути. Кроме того, западные страны воспринимались в сознании советского человека как иное пространство, чужеродная земля, соответственно, мы можем говорить о том, что Алябьеву предстояло пересечь фронтир и совершить трансгрессию. В терминах мифо-сказочного дискурса Алябъева отправил начальник (царь, отец) в «далекое-далеко» или «тридевятое царство». Структура героического повествования, на которую мы опираемся при анализе кинокартин, предполагает, что

герой не может проникнуть через границу миров, не совершив обращения, возмужания, соответственно, перед отправкой в путешествие он должен пройти некоторые испытания, подвергнуться процедуре инициации. В мотиве инициации строится сюжет всей первой серии.

Прежде всего, Алябьев, хоть и не намеренно, символически уничтожает другого претендента на должность, что рождает противостояние двух образов журналистов. Антагониста в эпизодической роли играет В.М. Шукшин, который воплощает персону циничного, прожженного и постоянно пьяного журналиста. В этом образе режиссер предлагает нам характеристики журналиста-антигероя, концентрирует в нем «демонические» качества представителей профессии. Алябьев, наоборот, в некотором роде наивен, честен, трудолюбив и не употребляет алкоголь. Алкоголь в данном случае является знаком, маркирующим всех отрицательных персонажей в журналистике. В структурном психоанализе кино алкоголь как знак часто декодируется как мифическая амброзия, которую пили боги, чтобы стать бессмертными: некоторые журналисты хотят приблизиться к богам и пьют амброзию (алкоголь), хотя человеческие души не приспособлены к ее магическому влиянию, как следствие, пьющие журналисты хоть и получают временный рост творческих способностей, в последующем все равно превращаются в трикстеров и тени.

В рамках данного исследования мы прочитываем знак алкоголя в творческой интерпретации Дэвида Линча, который создал аналог амброзии – гармонбозию в сериале «Твин Пикс» (1991), где обитатели «черного вигвама» (аналог ада) пили гармонбозию, представляющую собой концентрированную боль и печаль. Именно как гармонбозия прочитывается знак алкоголя в большинстве фильмов о журналистах советского периода. Напиток, дающий власть над людьми, в том числе над массовой аудиторией, но разрушающий носителя власти. Примечательно, что актер Юрий Васильев через двадцать лет вновь вернется к образу журналиста в фильме «Москва слезам не верит», где он сыграет телеоператора Родиона Рачкова. Хотя его персонаж не страдает алкоголизмом, все сцены,

строящиеся на рамке этого действующего лица, маркированы присутствие алкоголя в кадре, причем алкоголь представлен не просто как элемент натуры, он действует по принципу гармонбозии и определённым образом двигает сюжетную линию. Так, в первой серии Родион Рачков подпаивает героиню Екатерину Тихомирову и вступает с ней в интимную связь, это вызывает рождение нежеланного ребенка и дальнейшее движение сюжета. Второе травматическое появление Родиона в жизни Екатерины происходит двадцать лет спустя, когда он неожиданно приходит в гости, и «Гоша» (персонаж Алексея Баталова) предлагает выпить «коньячку», после чего Родион проговаривается, что Екатерина является директором завода, и это рождает новую сюжетную перипетию. Нужно отметить, что в фильме «Москва слезам не верит» герой Юрия Васильева представляет собой полную противоположность образа из фильма «Журналист»: герой выродился в приспособленца и карьериста, человека с выжженной душой, как у персонажа Василия Шукшина, которого Юрий когда-то одолел. По аналогии этот метасюжет прочитывается через легенду о Ланселоте, которой победил дракона, но сам при этом стал драконом. Возможно, режиссер Юрий Меньшов именно поэтому взял на роль Рачкова опытного Юрия Васильева, чтобы завершить этот драматический сюжет трансформации и старения журналиста. С другой стороны, само историческое время, в которое снимался фильм «Москва слезам не верит» диктовало отход от романтического изображения журналистов к реалистическому (или соцреалистическому), ведь романтизм в искусстве всегда сменяется реализмом, что и происходило в советском кинематографе на рубеже 1970-х годов XX века.

Необходимо вернуться к деконструкции пути героя Юры Алябьева в романтическом ключе. Итак, он преодолевает первую преграду – пьющего алкоголь соперника, но перед назначением на должность редактор отправляет его в последнюю командировку в ранге его старой должности сотрудника отдела писем, которая в иерархии советских журналистов была самым презираемым уровнем журналистской работы. Это становится двойным испытанием, поскольку

молодой журналист уже видел себя престижным международником, и вот его вновь отправляют в провинциальный Горноуральск, чтобы разобраться в графоманских жалобах гражданки Аникиной. Необходимо пояснить, что по советскому законодательству о СМИ, все газеты были обязаны официально реагировать на любые письма граждан, проводить проверки и писать соответствующие материалы в жанре обзора писем или ответа на обращения граждан. Конечно, этим пользовались разного рода профессиональные жалобщики и доносчики. Для Юры Алябьева это очень травматичное задание, он понимает его бессмысленность, но и осознает, что таким образом начальство (царь, отец, бог) испытывает его. Для отправки в «тридевятое царство» западной прессы он прежде должен совершить серию подвигов.

Дальнейшее повествование развивается весьма неспешно, порой зрителю даже кажется, что фильм перегружен диалогами, панорамами, лишними сценами. Алябьев приезжает в Горноуральск, знакомится с главным редактором местной газеты, с начальниками разных уровней, ведет длительные беседы, ловит рыбу, по совету редактора снимает комнату у гражданки Аникиной, рядом с домом которой во флигеле живет одинокая девушка Шура Окаемова, в которую Юра, конечно же влюбляется.

Все эти действия нисколько не приближают журналиста к цели командировки, расследование буксует, и зритель может потерять нить повествования, ведь драматургические элементы исчезают из фильма на два часа, а цель происходящих на экране действий не ясна. В действительности, мы видим осмысленное противостояние Юры и гражданки Аникиной, которое скрыто за внешней канвой сюжета, но прочитывается в механике семиотического и структурного анализа.

Ключевым для понимания всей первой серии является эпизод, в котором Юрий возвращается с работы в дом Аникиной и на несколько минут засыпает. Хозяйка при этом энергично чистит овощи на кухне и как обычно что-то ворчит. Реальность частично переносится в сон Юрия, и он видит, как в довольно жутком ракурсе

субъективной камеры, Аникина крепко держит его руку и скрежет ее овощерезкой.

Режиссер Герасимов, наверняка, был в курсе содержания психоаналитических концепций, хоть и отвергал их как советский автор. Тем не менее, именно в русле структурного психоанализа эта сцена прочитывается как ключ к пониманию всего путешествия Юрия Алябьева. Кошмарный сон тут же пробуждает героя, но зритель понимает, что все бесцельные скитания Юрия по Горноуральску приобретают смысл по поэтике мифо-сказочного странствия героя. В образе Аникиной, несомненно прочитывается Баба-яга, которая в пространстве сказки всегда проживает в избушке на границе поля и леса, то есть между царством живых и мертвых.

Чтобы проникнуть в инобытие (в «тридевятое царство»), герой должен победить колдунью, преодолеть ее ловушки и получить в итоге прекрасную принцессу. Аникина живет в частном доме, где и сдает комнату Юре. В первую их встречу Аникина, хоть и с ворчанием («разносолов не держу»), но предлагает журналисту бесплатный обед. В большинстве сказок Баба-яга тоже предлагает герою покушать, это один из ритуалов инициации, поскольку предполагается мертвая еда для мертвых. Герой съедает предложенное угощение и проходит первый этап проверки. Далее мы видим, что девушка Шура Окаемова живет во флигеле на участке Аникиной, то есть структурно соответствует прекрасной принцессе, заточенной в высокой башне. Главная задача героя – спасти девушку из заточения и жениться на ней. Характерно, что у Юры Алябьева в столице уже есть невеста, что соответствует ложной принцессе из сказок. Разговоры с разными чиновниками провинциального городка тоже обретают смысл как ритуальные беседы, когда слова не имеют значения, важен лишь факт нахождения собеседников в одном пространстве. Пространство провинциального города тягучее и сновиденческое не поддается усилиям молодого журналиста и в первой серии он терпит неудачу: проблема не решается, Аникина остается не разоблаченной, а девушка пребывает в заточении провинциального хронотопа.

Вернувшись в Москву Юра Алябьев с удивлением обнаруживает, что для редактора он выполнил задание, и его переводят в международный отдел. Это подводит к мысли, что суть испытания заключалась в самой поездке и трансгрессии в провинциальное пространство, а не в выполнении каких-то задач. Во второй серии Юрий уже находится в командировке в Европе и опять ведет бесконечные непонятные беседы с зарубежными журналистами, актерами и просто светскими сплетниками. Реальность западной журналистими опять оказывается тягучей и сновиденческой, Юрий Васильев хорошо отыгрывает замешательство и непонимание цели своей деятельности, хотя зритель уже понимает, что все события внутри хронотопа западной журналистики это тоже ритуал, который сам по себе является испытанием. Герой стремился в пространство заграничного быта, но оказывается в помутненном инобытии, которое, конечно же, не является его целью. Путь героя ведет его обратно в провинцию к прекрасной девушке. Вернувшись, герой узнает, что зло в лице Аникиной, победило, Шура попала в еще худшее заточение и подвергнута остракизму, поскольку Аникина распустила сплетни про ее любовную связь с Юрой. Герой отвергает пространство столичной жизни, инобытие заграницы и принимает пространство провинциального городка с его проблемами и социальными задачами, в результате чего спасает Шуру из заточения.

Другой образ журналиста-героя мы находим в фильме «Порожний рейс» (1963), хотя облик главного персонажа, реализованный Александром Демьяненко, визуально не содержит в себе героико-патетических знаков. Как всегда, Демьяненко играет молодого, наивного интеллигента в очках и щеголеватом столичном костюме. В русле производственной драмы разворачивается типичный сюжет – молодой столичный журналист едет в командировку на север в леспромхоз, чтобы написать очерк о водителе-передовике. Молодой и неопытный столичный журналист, одетый не по погоде, оказывается в окружении суровых сибиряков, которые явно дают понять о своей неготовности даже говорить с корреспондентом. Это отсылает нас к героическому эпосу, где антагонисты часто не

желают даже разговаривать с героем, не то чтобы вступать с ним в противоборство. Даже имя молодого журналиста Павел Сироткин говорит о типичном героическом атрибуте: герой часто не имеет семьи, родителей, он сирота, либо его происхождение не известно. В такой структуре повествования герою требуется найти своего символического отца либо самому стать отцом.

Встречаясь с антагонистом, объектом для очерка Николаем Хромовым, журналист видит сурового, немного злого, но притягательного персонажа. Фамилия антагониста тоже важна для конструирования истории, она отсылает либо черту (хромому Мефистофелю), либо к человеку, который в своей профессиональной деятельности делает что-то неправильно. Далее выясняется, что Хромов выдает высокие показатели в работа за счет махинаций с бензином, директор его покрывает, создавая широкую коррупционную схему заработка, которая детерминирована бюрократическими сложностями выплаты заработной платы. Эта внешняя сюжетная канва не важна для нашего анализа так, как важна структура взаимодействия двух персонажей: журналиста-героя и шофера-чародея. Уже во время первой встречи Хромов небрежно просит Сироткина помочь завести двигатель: «Заводную ручку можешь вращать?», что указывает иронично на орудие производства журналиста – шариковую ручку и на проверку способности владения инструментом (оружием), – вспомним фразу водяного из мультипликационного фильма «Летучий корабль»: «Удержишь инструмент – построишь корабль». Это распространенный сказочный мотив: помощники или враги проверяют способность героя владеть волшебными инструментами или амулетами. Далее Хромов шуточно диктует Сироткину текст портретного очерка, состоящий из штампов и канцеляризмов, что, конечно же, является проверкой возможности повторить заклинание, Хромов заговаривает Сироткина в магическом смысле.

Образ Николая Хромова раскрывается через реплики персонажей, которые неоднократно в разных контекстах называют его «колдуном», кроме того мы узнаем, что суровый сибиряк читал произведе-

ние Гете «Фауст» и, очевидно, ассоциирует себя с Мефистофелем. Также у Хромова есть своя магическая дорога в лесу: опасный для движения путь, которым Хромов возит грузы, коллеги называют «верхней дорогой Хромова» и даже совершают шуточный ритуал вноса покойника, в роли которого выступает молодой водитель, впервые проехавшей дорогой Хромова. Это говорит о том, что лес и дорога, хозяином которых является Хромов (не случайно заблудившийся в лесу Сироткин выходит к машине Хромова), становится пространством мертвых и только мертвые (прошедшие инициацию) могут там находиться.

В фильме мы видим даже ритуал выспрашивания (он к ключевым мотивам в морфологии сказки), когда Сироткин задает вопросы возлюбленной Хромова: «Каким образом Николай добивается таких высоких показателей? Как он добыл такой сервиз». По канону сказки персонаж не может ответить ложью при ритуале выспрашивания, поэтому девушка, отказываясь отвечать, всем своим видом говорит о «магических» силах Хромова.

Финальное противостояние происходит на льду озера, где глохнет машина Хромова, везущего Сироткина в аэропорт. Ситуация гарантирует смерть от холода главным персонажам трагедии, и чародей Хромов не боится смерти, поскольку находится внутри своего пространства снега и холода. Однако, честь и отвага молодого журналиста побеждают цинизм Хромова, ведь Сироткин сел в его грузовик, зная, что Хромов хочет его убить. Такое поведение Сироткина, характерное именно для героического нарратива, ломает злобное намерение чародея Хромова, который изо всех сил начинает стараться спасти журналиста. Что и происходит, Хромов разжигает огонь в своем пространстве холода, буквально сжигая свой автомобиль, который, конечно, символизирует его магическую силу и его жизнь.

Таким образом, мы видим очередной героический образ журналиста, который не отличается внешними богатырскими данными, но имеет чистоту намерения, честь и бескорыстие, а также безграничную веру в правду на газетном листе.

Образ журналиста как тип героя-странника в поисках правды

Анализ кинематографических образов журналиста в советских фильмах времен «оттепели» в рамке мифологических паттернов позволил выявить новый героический тип в пантеоне героев советской мифологии. Журналист-герой является персонажем эпохи трансформации советской идеологии, что рождает сценарный конфликт между коллективистскими установками и внутренними интенциями личности. Экзистенциальные проблемы персонажа решаются через преодоление внешних преград, что прочитывается как прохождение инициации. Такой журналист-герой вписывается в архетип Искателя или Странника (что ближе русской сказочной традиции). В ходе своих странствий журналист проходит инициацию, которая предполагает финальный этап профессионального становления, и находит правду как сакральную награду за свои подвиги. Таким образом, мы видим сакрализацию категории правды через мифологические нарративы.

В персонажах Юрия Алябьева и Павла Сироткина проявляется типичный героический образ журналиста, искреннего и отважного, готового к дальним странствиям и борьбе с мелким и большим злом. Он верит в торжество справедливости и отвергает прелести столичной жизни и карьерного роста. Социальная реальность изображена в фильме далеко не гармоничной и пронизанной бюрократическими проблемами, а также проблемами межличностных взаимоотношений. Журналист принимает эту реальность, принимает даже ее неготовность трансформироваться и находит себя на пути журналистской работы и борьбы, даже если эта борьба имеет весьма сомнительные перспективы. Такой образ журналиста имеет родство с ранними персонажами американских фильмов о журналистах, тоже погруженных в агрессивную социальную среду и косность бюрократических систем, даже сам институт журналистики здесь представляется как некая враждебная индивиду машинерия, которая может сломать психику и волю слабых людей.

Фильмы «Журналист» и «Порожний рейс», а также другие знаковые киноленты о журналистах советской эпохи как культурные артефакты породили типичный образ журналиста-героя, прочно

нашедшего свое место в пантеоне ментальных стереотипов. Такой конструкт может претендовать на роль архетипа профессиональной мифологии, и мы находим в нем черты архетипов Героя и Искателя. Допущение возможности существования универсальных архетипов дает представление о том, что коллективное сознание предполагает наличие неких ментальных «каркасов» (представлений о журналисте в данном случае), которые заполняет массовая культура средствами кинематографа. В рамках данного исследования мы называем их «значимыми образами», которые дают обществу представление о профессии журналиста. Так, образ журналиста-героя, воплощенный в персонажах Юры Алябьева и Павла Сироткина, стал примером для всех журналистов русской культуры даже в условиях сложных информационных процессов гиперсовременности. И он не утратит своего значения, поскольку создан на основе универсальных структурных механизмов героического повествования.

Список литературы

1. Балынская, Н. Р. (2008). *Журналистика в политическом процессе*. Екатеринбург: Уральский гос. ун-т им. А. М. Горького. 165 с. ISBN: 978-5-7525-1855-5. EDN: https://elibrary.ru/QWRLTT
2. Барт, Р. (1994). *Избранные работы: семиотика, поэтика*. Москва: Прогресс. 103 с.
3. Барт, Р. (2023). *Мифологии*. Москва: Академический проект. 351 с.
4. Бауман, З. (2002). *Индивидуализированное общество*. Москва: Логос. 390 с.
5. Бергер, П., Лукман, Т. (1995). *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. Москва: Медиум. 323 с.
6. Бодрийяр, Ж. (2006). *Общество потребления. Его мифы и структуры* / пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. Москва: Республика, Культурная революция. 268 с.
7. Воглер, К. (2021). *Путешествие писателя. Мифологические структуры в литературе и кино*. М.: Альпина Паблишер. 608 с.
8. Головлева, Е. Л. (2009). *Массовые коммуникации и медиапланирование*. Москва: Академический Проект; Деловая книга. 352 с. ISBN: 978-5-88687-200-2. EDN: https://elibrary.ru/QWXVJD
9. Грибков, А. А., Зеленский, А. А. (2026). Понимание и осмысление – ключевые концепции методологии построения системы знаний. *Философия и культура*, № 3, С. 33–43. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=78468.

DOI: https://doi.org/10.7256/2454-0757.2026.3.78468. EDN: https://elibrary.ru/MNBGWC

10. Дридзе, Т. М. (2009). *Язык и социальная психология: Учебное пособие*. Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ». 240 с.
11. Кастельс, М. (2000). *Информационная эпоха: экономика, общество, культура*. Москва: ГУ ВШЭ. 608 с.
12. Качай, И. С., Петров, М. А. (2026). Посттворчество в эпоху постправды: философский анализ. *Философия и культура*, № 1, С. 182–205. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=77086. DOI: https://doi.org/10.7256/2454-0757.2026.1.77086. EDN: https://elibrary.ru/CTLCDG
13. Кэмпбелл, Дж. (2018). *Тысячеликий герой*. СПб.: Питер. 480 с.
14. Липпман, У. (2004). *Общественное мнение*. Москва: Ин-т Фонда «Обществ. мнение». 382 с. ISBN: 5-93947-016-5. EDN: https://elibrary.ru/OXCHMG
15. Луман, Н. (2005). *Реальность массмедиа*. Москва: Праксис. 256 с. EDN: https://elibrary.ru/PWYQPR
16. Маклюэн, Г. М. (2003). *Понимание Медиа: Внешние расширения человека*. Москва: КАНОН-пресс-Ц. 464 с.
17. Петрова, Е. В. (2016). Взаимовлияние медиаконтента и культуры повседневности сельского поселения Юга России: проблема нового времени и пространства. *Обсерватория культуры*, № 1, С. 36–43. EDN: https://elibrary.ru/VWPOWZ
18. Пропп, В. Я. (2023). *Морфология волшебной сказки*. Москва: Издательство АСТ. 256 с.
19. Прохоров, Е. П. (2009). Идеи синергетики и методология журналистики. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*, № 2, С. 13–30. EDN: https://elibrary.ru/KXLQHR
20. Свитич, Л. Г. (2000). *Феномен журнализма*. Москва: Изд-во фак-та журн. МГУ. 252 с.
21. Социология журналистики: Учебное пособие для студентов вузов (2004). Под ред. С. Г. Корконосенко. Москва: Аспект Пресс. 318 с.
22. Сулейманов, Э. А. (2017). Отражение политической реальности в СМИ. *Коммуникология: электронный научный журнал*, *Т. 2*, № 3, С. 51–59. EDN: https://elibrary.ru/YKZHWI
23. Фролова, Т. И. (2017). *Социальная журналистика: профессия и позиция*. Москва: АСИ. 100 с.
24. Хейзинга, Й. (2011). *Homo ludens. Человек играющий*. Санкт-Петербург: Изд-во Ивана Лимбаха. 416 с. ISBN: 978-5-89059-168-5. EDN: https://elibrary.ru/QPUPXF
25. Хомский, Н., Херман, Э. С. (2002). *Производство согласия. Политическая экономия массмедиа*. Москва: Издательство «Праксис». 406 с.

26. Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. New York: Oxford University Press. 462 p. DOI: https://doi.org/10.1093/oso/9780190923624.001.0001
27. Graham, G., Greenhill, A., Shaw, D., Vargo, C. J. (2016). *Content is King: News Media Management in the Digital Age*. London: Bloomsbury Publishing. 288 p.
28. Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books. 272 p.
29. Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press. 244 p.
30. McCombs, M. (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge, UK: Polity Press. 184 p.
31. Entman, R. M. (2024). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press. 229 p.
32. Gitlin, T. (2002). *Media Unlimited: How the Torrent of Images and Sounds Overwhelms Our Lives*. New York: Metropolitan Books. 264 p.

References

1. Балынская, Н. Р. (2008). *Journalism in the Political Process*. Yekaterinburg: Ural State University named after A. M. Gorky. 165 p. ISBN: 978-5-7525-1855-5. EDN: https://elibrary.ru/QWRLTT
2. Барт, Р. (1994). *Selected Works: Semiotics, Poetics*. Moscow: Progress. 103 p.
3. Барт, Р. (2023). *Mythologies*. Moscow: Akademichesky Proyekt. 351 p.
4. Бауман, З. (2002). *Individualized Society*. Moscow: Logos. 390 p.
5. Бергер, П., Лукман, Т. (1995). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Moscow: Medium. 323 p.
6. Бодрийяр, Ж. (2006). *The Consumer Society: Myths and Structures* / trans. from French by E. A. Samarskaya. Moscow: Respublika, Kulturnaya Revolyutsiya. 268 p.
7. Воглер, К. (2021). *The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers and Screenwriters*. Moscow: Alpina Publisher. 608 p.
8. Головлева, Е. Л. (2009). *Mass Communications and Media Planning*. Moscow: Akademichesky Proyekt; Delovaya Kniga. 352 p. ISBN: 978-5-88687-200-2. EDN: https://elibrary.ru/QWXVJD
9. Грибков, А. А., Зеленский, А. А. (2026). Understanding and Comprehension as Key Concepts in the Methodology of Building a System of Knowledge. *Philosophy and Culture*, No. 3, pp. 33–43. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=78468. DOI: https://doi.org/10.7256/2454-0757.2026.3.78468. EDN: https://elibrary.ru/MNBGWC
10. Дридзе, Т. М. (2009). *Language and Social Psychology: A Study Guide*. Moscow: Knizhny Dom «LIBROKOM». 240 p.

11. Кастельс, М. (2000). *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Moscow: HSE. 608 p.
12. Качай, И. С., Петров, М. А. (2026). Post-Creativity in the Post-Truth Era: A Philosophical Analysis. *Philosophy and Culture*, No. 1, pp. 182–205. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=77086. DOI: https://doi.org/10.7256/2454-0757.2026.1.77086. EDN: https://elibrary.ru/CTLCDG
13. Кэмпбелл, Дж. (2018). *The Hero with a Thousand Faces*. St. Petersburg: Piter. 480 p.
14. Липпман, У. (2004). *Public Opinion*. Moscow: Institute of the FOM Public Opinion Foundation. 382 p. ISBN: 5-93947-016-5. EDN: https://elibrary.ru/OXCHMG
15. Луман, Н. (2005). *The Reality of the Mass Media*. Moscow: Praksis. 256 p. EDN: https://elibrary.ru/PWYQPR
16. Маклюэн, Г. М. (2003). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Moscow: KANON-press-Ts. 464 p.
17. Петрова, Е. В. (2016). Interrelation between Media Content and the Culture of Everyday Life in a Rural Settlement in Southern Russia: The Problem of New Time and Space. *Observatory of Culture*, No. 1, pp. 36–43. EDN: https://elibrary.ru/VWPOWZ
18. Пропп, В. Я. (2023). *Morphology of the Folktale*. Moscow: AST Publishing. 256 p.
19. Прохоров, Е. П. (2009). Ideas of Synergetics and the Methodology of Journalism. *Vestnik of Moscow University. Series 10. Journalism*, No. 2, pp. 13–30. EDN: https://elibrary.ru/KXLQHR
20. Свитич, Л. Г. (2000). *The Phenomenon of Journalism*. Moscow: Faculty of Journalism of Moscow State University. 252 p.
21. Социология журналистики: Учебное пособие для студентов вузов (2004). Ed. by С. Г. Корконосенко. Moscow: Aspekt Press. 318 p.
22. Сулейманов, Э. А. (2017). Reflection of Political Reality in the Media. *Communicology: Electronic Scientific Journal*, Vol. 2, No. 3, pp. 51–59. EDN: https://elibrary.ru/YKZHWI
23. Фролова, Т. И. (2017). *Social Journalism: Profession and Position*. Moscow: ASI. 100 p.
24. Хейзинга, Й. (2011). *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*. St. Petersburg: Ivan Limbakh Publishing. 416 p. ISBN: 978-5-89059-168-5. EDN: https://elibrary.ru/QPUPXF
25. Хомский, Н., Херман, Э. С. (2002). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Moscow: Praksis Publishing. 406 p.
26. Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. New York: Oxford University Press. 462 p. DOI: https://doi.org/10.1093/oso/9780190923624.001.0001

27. Graham, G., Greenhill, A., Shaw, D., Vargo, C. J. (2016). *Content is King: News Media Management in the Digital Age*. London: Bloomsbury Publishing. 288 p.
28. Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books. 272 p.
29. Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press. 244 p.
30. McCombs, M. (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge, UK: Polity Press. 184 p.
31. Entman, R. M. (2024). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press. 229 p.
32. Gitlin, T. (2002). *Media Unlimited: How the Torrent of Images and Sounds Overwhelms Our Lives*. New York: Metropolitan Books. 264 p.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Витвинчук Владимир Валерьевич, доцент кафедры журналистики, медиа и рекламы, кандидат филологических наук, доцент
Алтайский государственный университет
пр. Ленина, 61, г. Барнаул, Алтайский край, 656049, Российская Федерация
amon-ra17@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHOR

Vladimir V. Vitvinchuk, Associate Professor at the Department of Journalism, Media and Advertising, Candidate of Philological Sciences, Docent
Altai State University
61, Lenin Ave., Barnaul, Altai Krai, 656049, Russian Federation
amon-ra17@mail.ru
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-9485-8512

Поступила 04.08.2026
После рецензирования 06.09.2026
Принята 11.09.2026

Received 04.08.2026
Revised 06.09.2026
Accepted 11.09.2026