



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.1.4>

UDC 130.123:316.776.33  
LBC 87.6

Submitted: 23.02.2023  
Accepted: 05.04.2023

## MEDICAL DISCOURSE IN SOCIAL MOVIES AS A MEANS OF BROADCASTING THE NORMATIVITY<sup>1</sup>

**Denis S. Artamonov**

Saratov State University, Saratov, Russian Federation

**Natalia V. Grishechkina**

Saratov State Medical University, Saratov, Russian Federation

**Abstract.** The article is devoted to the consideration of medical topics in social movies, which means film production as an instrument for the formation of social norms and models of behavior in society. Relying on the Entertainment-Educational (E-E) approach in the study of mass media, authors consider the impact of films and medical series on increasing public interest in health care problems, the formation of professional medical communities and the dissemination of knowledge in the field of medicine. According to the socio-cognitive theory of A. Bandura, a person is able to learn by observing and imitating actions broadcast on television. Starting from this situation, the authors analyzed the educational potential of social movies, using the phenomenon of the series “Simply Maria”, “Happy Days”, “Hum Log”, “House M.D.”, etc. The article provides examples of the worldview attitudes and strategies of behavior formation in relation to their health through the use in cinema of plots and scenes that demonstrate the work of doctors and talk about medical problems. Social films with medical topics contributed to a change in the attitude of society towards the elderly and people with special needs, considered outsiders in society, radically influenced the perception of HIV-infected people and played an important role in popularizing donation and solving the problems associated with the growth of cardiovascular diseases. Medical cinema and TV shows are not only a case in social cinema, that determined the norms of human behavior in a modern society immersed in the media environment, but it performs an educational rule-making function in the development of health care and a healthy lifestyle.

**Key words:** social movies, medicine, healthcare Entertainment-Educational, education, norms of behavior.

**Citation.** Artamonov D.S., Grishechkina N.V. Medical Discourse in Social Movies as a Means of Broadcasting the Normativity. *Logos et Praxis*, 2023, vol. 22, no. 1, pp. 26-34. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.1.4>

УДК 130.123:316.776.33  
ББК 87.6

Дата поступления статьи: 23.02.2023  
Дата принятия статьи: 05.04.2023

## МЕДИЦИНСКАЯ ТЕМА В СОЦИАЛЬНОМ КИНО КАК СРЕДСТВО ТРАНСЛИРОВАНИЯ НОРМАТИВНОСТИ<sup>1</sup>

**Денис Сергеевич Артамонов**

Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского,  
г. Саратов, Российская Федерация

**Наталья Васильевна Гришечкина**

Саратовский государственный медицинский университет им. В.И. Разумовского,  
г. Саратов, Российская Федерация

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению медицинской тематики в социальном кино, под которым понимается кинопродукция, выступающая инструментом формирования общественных норм и моделей

поведения. Авторы, опираясь на Entertainment-Educational (E-E) подход в исследовании массмедиа, анализируют влияние кинофильмов и сериалов медицинской тематики на повышение интереса общественности к проблемам здравоохранения, формирование профессиональных сообществ медиков и распространение знаний в сфере медицины. Согласно социально-когнитивной теории А. Бандура, человек способен обучаться путем наблюдения и имитации действий, транслируемых по телевидению. Отталкиваясь от данного положения, авторы проанализировали образовательный потенциал социального кино, используя неоднократно описанный в литературе феномен сериала «Просто Мария», служивший долгие годы драйвером социальной мобильности в различных странах, и американский ситком «Happy Days», повлиявший на увеличение посещаемости библиотек, а также сериалы «Мы, люди», «Доктор Хаус» и т. д. В статье приводятся примеры формирования мировоззренческих установок и стратегий поведения в отношении своего здоровья посредством использования в кино сюжетов и сцен, демонстрирующих работу медиков и рассказывающих о медицинских проблемах. Социальные киноленты с медицинской тематикой способствовали изменению отношения общества к пожилым людям и инвалидам, считавшимся аутсайдерами в обществе, кардинально повлияли на восприятие ВИЧ-инфицированных и сыграли важную роль в популяризации донорства и решении проблем, связанных с ростом сердечно-сосудистых заболеваний. Медицинское кино и сериалы не являются исключительным случаем в социальном кинематографе, определяющим нормы поведения человека в современном обществе, погруженном в медиасреду, но оно выполняет образовательную нормотворческую функцию в области развития здравоохранения и здорового образа жизни.

**Ключевые слова:** социальное кино, медицина, здравоохранение Entertainment-Educational, образование, нормы поведения.

**Цитирование.** Артамонов Д. С., Гришечкина Н. В. Медицинская тема в социальном кино как средство транслирования нормативности // *Logos et Praxis*. – 2023. – Т. 22, № 1. – С. 26–34. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.1.4>

Кино занимает важное место в системе медиапотребления человека. Будучи видом искусства, оно обладает возможностью влиять на мировоззрение, изменять отношение человека к реальности, в том числе и к своему здоровью. На языке, доступном каждому человеку, киноистории способны транслировать знание, которое становится основанием оценок и поступков человека в отношении социально значимых проблем. Кинопросмотр является уникальным эстетическим опытом. Объединяя в себе все основные каналы восприятия мира (звук, цвет, язык, образ и т. д.) в целостную модель, кино способно выступать эффективным инструментом инкорпорирования социально значимых образцов и моделей поведения в индивидуальное и коллективное сознание. Этот вид художественного творчества является средством транслирования социальных норм и влияния на поведение человека, его отношения и взаимодействия в обществе. По мнению К. Монтгомери, «как популярная форма искусства, кино имеет уникальную способность привлечь зрителей к тому, к чему новости и другие социальные медиа привлечь не могут» [Montgomery 1990, 115].

Научный интерес к данной особенности кино положил начало развитию Entertainment-

Educational (E-E) подхода к изучению массмедиа в социальных науках, ориентированного на привнесение образовательного содержания в развлекательные медиа с целью повысить осведомленность аудитории с социально-значимой проблемой, создать предпочтительные установки, изменить поведение в отношении конкретного социального феномена [Singhal, 1990]. В своей основе данный подход представляет собой обучение широкой аудитории через развлечение, то есть через использование массмедиа как трансляторов моделей поведения для влияния на людей с целью социальных изменений. А. Сингал и Е. Роджерс дают следующее определение Entertainment-education (E-E) подхода как «процесса целенаправленной разработки и реализации медийного сообщения как для развлечения, так и для обучения, чтобы повысить знания аудитории об образовательном вопросе, создать благоприятные установки, изменить социальные нормы и изменить поведение» [Riley, Rodrigues, Sood 2021, 175].

Методологические основания Entertainment-Educational (E-E) подхода в использовании массмедиа, в частности кино, были заложены эмпирическими и теоретическими исследованиями мексиканского писателя и продюсера

Мигеля Сабидо в 1970-х гг. [Nariman 1993]. Свою эффективность данный подход показал в формировании установок и конкретных стратегий действий в отношении своего здоровья посредством включения в кино (комедии, драмы, мыльные оперы) сюжетных линий и сцен, демонстрирующих образцы поведения [Atkin, Wallack 1990]. Альберт Бандура анализировал Entertainment-Educational (E-E) подход в рамках социально-когнитивной теории [Bandura 1986]. Он утверждал, что человек может обучаться через наблюдение и имитацию явного поведения в реальной жизни или по телевидению. Бандура обнаружил, что на подражание или моделирование может влиять характер модели для подражания: модель поведения, получавшая вознаграждение и одобрение окружающих, скорее, принималась как образец для подражания, нежели та, которая осуждалась и наказывалась. Согласно социально-когнитивной теории А. Бандуры, Entertainment-Educational (E-E) подход наиболее эффективен, когда зритель может идентифицировать или соотнести себя с представленным образцом поведения, а также открыть для себя через транслируемый образец проблему или социально значимый аспект их повседневной жизни. Как отмечают исследователи, очень часто сюжетные линии сериалов становятся критериями для оценок, которые зрители применяют к реальным событиям [Hobson 1982, 134].

В качестве одного из первых фактов массового воздействия кино на поведение людей можно указать случай 1969 г., связанный с трансляцией сериала «Просто Мария» в Перу [Singhal, Rogers 1994]. По его сюжету главная героиня Мария, девушка из провинции, переехавшая в столицу, благодаря своему трудолюбию, сильной мотивации, желанию учиться и навыкам шитья на швейной машинке «Зингер» быстро продвигается по социально-экономической лестнице успеха. Сериал имел очень высокие зрительские рейтинги и, как следствие, в Перу выросли продажи швейных машинок «Зингер», а также количество девушек, записавшихся на курсы кройки и шитья. Транслирование сериала в других латиноамериканских странах имело похожие эффекты. Идентификация зрительской аудитории с главной героиней была сильной, особенно среди представительниц низшего социально-

экономического класса. Подражание «Просто Марии» стало инструментом повышения социальной мобильности.

Уже в 1970-х гг. сфера развлекательной телевизионной индустрии была признана эффективным инструментом транслирования социально значимой информации для широкой аудитории. Телевизионные мыльные оперы использовались для достижения широкого круга целей в области здравоохранения и социального развития. Мексика выпустила шесть теленовелл (мыльных опер в Латинской Америке) с 1975 по 1981 г. в целях просвещения общественности о важных ценностях, верованиях и практике, предназначенных для содействия социальному развитию в Мексике. Эти латиноамериканские теленовеллы содействовали повышению уровня образования и грамотности взрослого населения, планированию семьи, половому воспитанию, патриотизму, положению женщин и улучшению обращения с детьми [Singhal, Rogers 1989]. Наглядным примером может служить эпизод американского ситкома «Happy Days», вышедшего на телеканале ABC с 15 января 1974 по 24 сентября 1984 года. Один из героев сериала, Фонзи, отправляется в библиотеку, чтобы познакомиться с девушками. Он заводит библиотечную карточку и берет свою первую книгу в библиотеке, тем самым вдохновив тысячи молодых людей в Америке сделать то же самое. Как отмечает Гарри Маршал, общенациональный спрос на библиотечные карточки после выхода эпизода в эфир увеличился примерно на 500 % [Brooks 2007].

Кино может менять устоявшиеся нормы и ценности: как показывает исследование Дж. Харвуд и Х. Джайлс [Harwood, Giles 1992], изучение телефильмов 1980–1990-х гг. выявило наличие стереотипов в изображении пожилых людей и инвалидов как социальных аутсайдеров. Однако адекватное отображение факторов предубеждений в драмах, комедиях и мыльных операх вызвало рост толерантности к ним в обществе. Фильмы о СПИДе способствовали более сострадательному отношению к ВИЧ-инфицированным и показали, что с этой болезнью можно продолжать жить полноценной жизнью, а также как можно с ней бороться. Популярность американской картины «Далласский клуб покупателей»

и российского сериала «Нулевой пациент» доказывает высокую социальную значимость подобных кинолент, не только рассказывающих об истории появления и распространения неизлечимой болезни, но и показывающих стратегии поведения людей, которые с ней столкнулись, утверждая определенные нормы.

Тема донорства как социально ответственного и альтруистического явления в телевизионных сериалах оказывала влияние на определение позиции зрителей и помогала принимать решение о собственном донорстве [Morgan, Vorhies, Mason 2009]. В популярной индийской телевизионной мыльной опере «Hum Log» («Мы, люди») инспектор полиции теряет зрение в результате взрыва бомбы при попытке спасти ребенка. В конце эпизода монолог известной индийской кинозвезды побуждает зрителей подписывать карты донорства. За две недели после программы около 200 000 чел. подписали карты донорства [Singhal, Rogers 1989].

Профессор М. Бауман [Bouman 1995], стоящая у истоков развития Entertainment-Educational (E-E) в Нидерландах, отмечает, что на заре своей научной карьеры она обратила внимание на следующий факт, который стал определяющим для ее будущих исследований. В Нидерландах люди, принадлежащие к низшему социально-экономическому классу, умирают в среднем на 7–8 лет раньше, чем представители высшего класса. Представители низшего класса также проводят больше времени за просмотром драм, сериалов, что позволяет использовать это как средство передачи социально значимых моделей поведения в отношении своего здоровья. Транслировавшийся в Нидерландах с 1988 по 1994 г. телевизионный сериал «Медицинский центр Запад» использовался как инструмент продвижения тем, связанных с сердечно-сосудистым здоровьем и спонсировался национальным кардиологическим фондом. В среднем каждую неделю сериал смотрели более 2,5 млн зрителей. Во время телевизионного сезона 1992–1993 гг. сердечно-сосудистому здоровью было посвящено три эпизода: питание и кардиологические заболевания, связь женского здоровья и сердечно-сосудистых заболеваний, трансплантация сердца и процедура донорства. В результате ежене-

дельно широкая аудитория получала достоверную экспертную информацию об образе жизни и диете, поддерживающих сердечно-сосудистое здоровье, о рисках сердечно-сосудистых заболеваний у женщин в период менопаузы, о широком круге медицинских, социальных и этических проблем трансплантологии и процедуры донорства сердца [Тихонова, Афанасьев 2009, 62]. По мнению М. Бауман, так как нет никаких признаков того, что в обозримом будущем глобальное расширение развлекательных медиа резко сократится, использование Entertainment-Education в качестве стратегии коммуникации в области здравоохранения будет продолжать расширяться [Bouman 1995].

На сегодняшний день можно выделить четыре модели взаимодействия системы здравоохранения с развлекательными медиа в рамках Entertainment-Education подхода. Первая модель предполагает сотрудничество организаций здравоохранения или медицинских учебных заведений с развлекательными медиа для решения социально значимых проблем здравоохранения; в результате чего создаются медиапродукты, рассчитанные на массовую аудиторию и основанные на научных исследованиях, при этом информация транслируется на понятном и драматически привлекательном языке для массового зрителя [Lacko web]. В рамках данной модели на первый план выходят яркость, привлекательность и популярность контента нежесткое соответствие научно достоверной информации. В рамках второй модели представители развлекательных медиа обращаются за экспертной оценкой по конкретной проблеме здравоохранения к медицинским организациям и учебным заведениям. В этом случае целью является создание достоверного продукта, для чего медиапрофессионалы могут пожертвовать драматическими элементами. Третья модель во главу угла ставит творческий процесс, вследствие чего передаваемый контент может быть неточным или не иметь отношения к аудитории. В четвертой модели представители системы здравоохранения осуществляют полный контроль создания медиапродукта, являясь заказчиками и принимая решения о сроках, этапах и основных задачах создаваемого продукта, в результате чего

контент может не иметь драматической привлекательности для массовой аудитории [Bouman 1995].

Исследователи Гарвардской школы общественного здравоохранения в партнерстве с тремя крупнейшими телевизионными компаниями – ABC, CBS и NBC – в 1988 г. продемонстрировали, что новая социальная концепция, «назначенный водитель» для профилактики вождения после употребления алкоголя, может быстро распространяться в обществе с помощью средств массовой коммуникации. В рамках проекта телевизионщики согласились вставить в сценарии самых рейтинговых телепрограмм сообщения о профилактике вождения в нетрезвом виде и ссылки на назначенных водителей. Оценки эффективности кампании подтвердили быстрое, широкое распространение и высокую популярность концепции назначенного водителя. До проведения кампании 62 % респондентов опроса Гэллап заявили, что они и их семьи пользовались назначенным водителем все или большую часть времени. К середине 1989 г. этот показатель возрос до 72 %, что является статистически значимым увеличением числа отдельных лиц. Исследования, организованные Национальным управлением безопасности дорожного движения в 1993 и 1995 гг., показали, что около трети всех опрошенных ответили, что нельзя допускать людей к вождению, если они вообще употребляли алкоголь. Эти результаты свидетельствуют о широком принятии социальной нормы о том, что водитель не должен пить за рулем [Winsten, DeJong 2001].

Несмотря на то что Entertainment-Education подход направлен на повышение уровня информированности населения о социально значимых проблемах, он способен также оказывать влияние на развитие профессиональных сообществ. Так, например, согласно случаю, описанному в журнале «Lancet» [Dahms et al. 2014], благодаря аналогичным симптомам персонажа в одном из эпизодов сериала «Доктор Хаус», врачам Университетской клиники в Марбурге удалось правильно диагностировать необычную ишемическую болезнь сердца у своего пациента. Пациент поступил в больницу с острой сердечной недостаточностью, и причина его состояния

была неизвестна (ранее пациент жаловался на эзофагит, лихорадку, усиление проблем со слухом и зрением). История болезни пациента показала, что в ноябре 2010 г. он перенес операцию по эндопротезированию тазобедренного сустава, в результате которой керамический протез был заменен на его металлический аналог. Профессор Шефер, руководитель команды врачей, лично большой поклонник сериала «Доктор Хаус», сравнил симптомы своего пациента и факт замены эндопротеза с одним из эпизодов сериала (7-й сезон, 11-я серия). Пациент доктора Хауса также имел необъяснимые проблемы с сердцем. Диагнозом сатала интоксикация кобальтом из металлического протеза. Врачи в Марбурге сделали рентген бедра и проверили уровень кобальта и хрома в крови и моче своего пациента. Результаты показали, что нормы превышены втрое. Оказалось, что металлический эндопротез был поврежден остатками предыдущего и, как следствие, возникли симптомы тяжелой сердечной недостаточности. Пациенту сделали еще одну операцию и поставили новый протез тазобедренного сустава. Уровень кобальта и хрома был стабилизирован, функции сердца улучшились на 40 %, часть симптомов ушла, у пациента восстановились зрение и слух. Следует отметить, что производственный персонал, используемый в современных медицинских драмах, таких как «Grey's Anatomy» («Анатомия страсти») и «House M.D.» («Доктор Хаус»), включает команды профессиональных консультантов по коммуникации в области здравоохранения, которые отвечают за то, что пытаются обеспечить некоторую степень клинической и диагностической точности создаваемых сюжетов [Hestroni 2009].

В отличие от «House M.D.» («Доктор Хаус») и «Grey's Anatomy» («Анатомии страсти»), которые в основном концентрируются на профессиональной этике и навыках командной работы, «ER» («Скорая помощь») и «Scrubs» («Клиника») фокусируются и на качественной оценке медицинских знаний. Исследование, проведенное в 1990–2009 гг., касалось оценки знаний, предоставленных медицинскими сериалами [Hirt et al. 2012]. Ученые проанализировали восемь самых популярных медицинских телесериалов, выпущенных

с 1990 по 2009 год. На основе анализа 177 эпизодов авторы пришли к выводу, что фрагменты «ER» («Скорая помощь») и «Scrubs» («Клиника») могут служить образовательным материалом для студентов, изучающих медицину. В клинике Марбургского университета сериал «Доктор Хаус» до сих пор используется в образовательном процессе студентов-медиков. Исследование Р. Уивер и Я. Уилсон [Weaver, Wilson 2011], проведенное в Университете Нового Южного Уэльса в Сиднее с участием 386 студентов, показало, что медицинские сериалы являются ценным источником информации для учащихся и могут быть полезными в различных формах образования, особенно в том, что касается профессиональной этики. Российский сериал «Интерны» наоборот был прохладно встречен профессиональными медиками, так как, по их мнению, он не точно отражает практики медицинской работы в отечественных учреждениях здравоохранения, а для зрителей он надолго определил образ современного врача, который может быть невыносим в личных отношениях, но является высококлассным специалистом. Исследователи А.В. Голенков и О.Л. Семенова, проанализировав более 40 фильмов медицинской тематики, особое внимание уделили именно образу медицинского работника. Они пришли к выводу, что персонажи этих кинолент, медики, в основном практикуют эмпатический тип общения с пациентами и коллегами, но также часто встречается агрессивный и инквизиторский стиль общения, сочетающийся с циничным отношением к жизни и людям [Голенков, Семенова 2017, 52]. Цинизм, характерный для медиков – персонажей фильмов, определяется их отношением к смерти, которая в кино становится одной из основных общечеловеческих проблем, преодолеваемых культурными и медицинскими инструментами и практиками [Долгих 2014, 117].

В рамках кампании по охране психического здоровья в Англии было проведено исследование полнометражных телесериалов. Результаты, опубликованные в отчете «Время перемен» («Time to Change»), показали, что телесериалы помогают зрителям понять проблемы, связанные с психологией, и повысить осведомленность о теме психического здоровья [Burzycka, Binkowska-Bury, Januszewicz

2015]. Герои сериалов чаще сталкиваются с психологическими проблемами, поэтому их создатели и сценаристы следят за тем, чтобы они были аутентичными и точно изображенными. Проведенный опрос респондентов показал: 54 % отметили, что стали лучше понимать психические проблемы персонажей серии, а 48 % зрителей указали на то, что сериал помог им изменить мнение о людях, страдающих психическими заболеваниями.

Как отмечают Н. Park, В. Reber [Park, Reber 2010], популярные медиа оказались полезным методом распространения медицинской информации и технологических разработок среди непрофессиональной аудитории и помогают формировать у людей связанные со здоровьем убеждения, факторы и поведение, тем самым улучшая состояние здоровья населения и содействуя формированию общественного здоровья.

Как показали Й. Йе и К. Уорд, телевизионные передачи «расширяют знания о проблемах здравоохранения, пропагандируют отношение и нормы, которые поддерживают профилактику и моделируют профилактическое поведение». Й. Йе и К. Уорд заявляют, что телевизионный контент, связанный с вопросами здравоохранения, преследует три цели: «Информировать аудиторию о медицинской информации, формировать представления о медицинских специалистах, болезнях и заболеваниях, а также о медицинском лечении и технологиях и влиять на поведение, связанное со здоровьем, например побуждать (зрителей) посещать врачей и помогать (зрителям) делать выбор в отношении здоровья» [Ye, Ward 2010, 558].

Поскольку трансляция сериалов по телевидению охватывает огромные массы людей, она является эффективным средством для распространения медицинской информации [Kennedy 2004]. К сожалению, информацию о здоровье, полученную посредством телевизионного просмотра сериалов, необходимо критически анализировать, особенно когда она поступает из сценарных телесериалов. Вымышленные персонажи, изображаемые в медицинских драмах, часто становятся образцами для подражания, которые воспитывают у зрителей культуру болезни и информируют о медицинских процедурах. При этом способ

подачи такой информации представлен Entertainment-Education подходом, который в большей степени предназначен для развлечения, а не воспитания. Поэтому аудитория, которая воспринимает медицинские драмы как реальность, может иметь искаженное восприятие системы здравоохранения. Многие специалисты в области медицинской коммуникации обучают производителей медицинских драм Entertainment-Education подходу с целью использования его в качестве инструмента реалистичного описания отрасли здравоохранения [Ye, Ward 2010].

Социальные нормы, транслируемые через экран на широкую аудиторию, оказывают определяющее воздействие на сферу здравоохранения. Медицина как сфера человеческой деятельности и забота о здоровье касается каждого и вызывает неподдельный интерес, что приводит к появлению кинофильмов и сериалов на эту тему. В них не только отражаются определенные общественные представления о работе медиков, но и закладываются профессиональные стандарты, служащие ориентиром врачам, ежедневно оказывающим помощь людям. Демонстрация профессиональной деятельности медицинских работников способствует определенному восприятию их образа в обществе и накладывает отпечаток на реальное отношение к ним. Огромную роль кино играет в медицинском просвещении населения, формируя социокультурные механизмы воспроизводства базовых моделей человеческого поведения в сфере заботы о здоровье.

#### ПРИМЕЧАНИЕ

<sup>1</sup> Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00153, <https://rscf.ru/project/22-18-00153>.

The research was carried out at the expense of the grant of the Russian Science Foundation No. 22-18-00153, <https://rscf.ru/project/22-18-00153>.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Долгих 2014 – Долгих А.А. Способы визуализации смерти в кино и медицине // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2014. № 2 (2). С. 110–117.

- Голенков, Семенова 2017 – Голенков А.В., Семенова О. Л. Медицинская тематика в кино: медсестры как персонажи кинофильмов // Медицинская сестра. 2017. № 1. С. 49–52.
- Тихонова, Афанасьев 2009 – Тихонова С.В., Афанасьев И.А. Общество риска: мифологизация одной парадигмы // Человек. 2009. № 3. С. 57–63.
- Atkin, Wallack 1990 – Atkin C., Wallack L. Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts. Newbury Park: Sage Publications, 1990.
- Bandura 1986 – Bandura A. Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1986.
- Bouman 1995 – Bouman M.P.A. Health Education in Drama Series; Medisch Centrum West: A Dutch Experience // Proceedings 15<sup>th</sup> IUHE World Conference “Health Promotion & Education”. Tokyo: United Nations University Press, 1995. P. 364–369.
- Brooks 2007 – Brooks T. The Complete Directory to Prime Time Network and Cable TV Shows. N. Y.: Ballantine Books, 2007.
- Burzycska, Binkowska-Bury, Januszewicz 2015 – Burzycska J., Binkowska-Bury M., Januszewicz P. Television as a Source of Information on Health and Illness – Review of Benefits and Problems // Progress in Health Sciences. 2015. Vol. 5, № 2. P. 174–184.
- Dahms et al. 2014 – Dahms K., Sharkova Y., Heitland P., Pankuweit S., Schaefer J.R. Cobalt Intoxication Diagnosed with the Help of Dr House // Lancet. 2014. № 383 (9916). P. 574.
- Harwood, Giles 1992 – Harwood J., Giles H. “Don’t Make Me Laugh”: Age Representations in a Humorous Context // Discourse and Society. 1992. № 3 (4). P. 403–436.
- Hetsroni 2009 – Hetsroni A. If You Must Be Hospitalized, Television Is Not the Place: Diagnoses, Survival Rates and Demographic Characteristics of Patients in TV Hospital Dramas // Communication Research Reports. 2009. Vol. 26, iss. 4. P. 311–322.
- Hirt et al. 2013 – Hirt C., Wong K., Erichsen S., White J.S. Medical Dramas on Television: A Brief Guide for Educators // Medical Teacher. 2013. Vol. 35, iss. 3. P. 237–242.
- Hobson 1982 – Hobson D. Crossroads: The Drama of a Soap Opera. L.: Methuen, 1982.
- Kennedy 2004 – Kennedy M.G., O’Leary A., Beck V., Pollard K., Simpson P. Increases in Calls to the CDC National STD and AIDS Hotline Following AIDS-Related Episodes in a Soap Opera // Journal of Communication. 2004. Vol. 54 (2). P. 287–301.

- Lacko web – *Lacko H.S.* Examining Grey's Anatomy: A Content Analysis of Elements of Medical School Communication Reform in a Popular Medical Drama // [https://wakespace.lib.wfu.edu/bitstream/handle/10339/33428/Lacko\\_wfu\\_0248M\\_10139.pdf](https://wakespace.lib.wfu.edu/bitstream/handle/10339/33428/Lacko_wfu_0248M_10139.pdf)
- Montgomery 1990 – *Montgomery K.C.* Promoting Health Through Entertainment Television // *Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts*. Newbury Park: Sage Publications, 1990. P. 114–128.
- Morgan et al. 2009 – *Morgan N.A., Vorhies D.W., Mason C.H.* Market Orientation, Marketing Capabilities, and Firm Performance // *Southern Medical Journal*. 2009. № 30. P. 909–920.
- Nariman 1993 – *Nariman H.N.* Soap Operas for Social Change: Toward a Methodology for Entertainment-Education Television. Westport CT: Praeger, 1993.
- Park, Reber 2010 – *Park H., Reber B.* Using Public Relations to Promote Health: A Framing Analysis of Public Relations Strategies Among Health Associations // *Journal of Health Communication*. 2010. Vol. 15. P. 39–54.
- Riley, Rodrigues, Sood 2021 – *Riley A.H., Rodrigues F., Sood S.* Social Norms Theory and Measurement in Entertainment-Education: Insights from Case Studies in Four Countries // *Entertainment-Education Behind the Scenes*. Hampshire: Palgrave Macmillan, Cham. 2021. P. 175–194. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-63614-2\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-030-63614-2_11)
- Singhal 1990 – *Singhal A.* Entertainment Education Communication Strategies for Development. Los Angeles: University of Southern California, Annenberg, School for Communication, 1990.
- Singhal, Rogers 1989 – *Singhal A., Rogers E.M.* Pro Social Television for Development in India. Public Communication Campaigns. Beverly Hills, CA: Sage, 1989. P. 331–350.
- Singhal, Rogers 1994 – *Singhal A., Rogers E.M.* Persuasion and Planned Social Change // *Persuasive Communications*. N. Y.: Holt, 1994. P. 379–397.
- Weaver, Wilson 2011 – *Weaver R., Wilson I.* Australian Medical Students' Perceptions of Professionalism and Ethics in Medical Television Programs // *BMC Medical Education*. 2011. № 11. P. 1–6.
- Winsten, DeJong 2001 – *Winsten J.A., DeJong W.* The Designated Driver Campaign // *Public Communication Campaigns*. Thousand Oaks CA: Sage. 2001. P. 290–294.
- Ye, Ward 2010 – *Ye Y., Ward K.E.* The Depiction of Illness and Related Matters in Two Top Ranked Primetime Network Medical Dramas in the United States: A Content Analysis // *Journal of Health Communication*. 2010. Vol. 15 (5). P. 555–570.

## REFERENCES

- Dolgikh A.A., 2014. Ways of Visualizing Death in Cinema and Medicine. *Praksema. Problemy vizualnoy semiotiki*, no. 2 (2), pp. 110–117.
- Golenkov A.V., Semenova O.L., 2017. Medical Subjects in Cinema: Nurses as Characters in Movies. *Meditinskaya sestra*, no. 1, pp. 49–52.
- Tikhonova S.V., Afanasyev I.A., 2009. Risk Society: Mythologization of One Paradigm. *Chelovek*, no. 3, pp. 57–63.
- Atkin C., Wallack L., 1990. *Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts*. Newbury Park, Sage Publications.
- Bandura A., 1986. *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- Bouman M.P.A., 1995. Health Education in Drama Series; Medisch Centrum West: A Dutch Experience. *Proceedings 15<sup>th</sup> IUHE World Conference "Health Promotion & Education"*. Tokyo, United Nations University Press, pp. 364–369.
- Brooks T., 2007. *The Complete Directory to Prime Time Network and Cable TV Shows*. New York, Ballantine Books.
- Burzycka J., Binkowska-Bury M., Januszewicz P., 2015. Television as a Source of Information on Health and Illness – Review of Benefits and Problems. *Progress in Health Sciences*, vol. 5, no. 2, pp. 174–184.
- Dahms K., Sharkova Y., Heitland P., Pankuweit S., Schaefer J.R., 2014. Cobalt Intoxication Diagnosed with the Help of Dr House. *Lancet*, no. 383 (9916), p. 574.
- Harwood J., Giles H. 1992. "Don't Make Me Laugh": Age Representations in a Humorous Context. *Discourse and Society*, no. 3 (4), pp. 403–436.
- Hetsroni A., 2009. If You Must Be Hospitalized, Television Is Not the Place: Diagnoses, Survival Rates and Demographic Characteristics of Patients in TV Hospital Dramas. *Communication Research Reports*, no. 26:4, pp. 311–322.
- Hirt C., Wong K., Erichsen S., White J.S., 2013. Medical Dramas on Television: A Brief Guide for Educators. *Medical Teacher*, vol. 35, iss. 3, pp. 237–242.
- Hobson D., 1982. *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*. London, Methuen.
- Kennedy M.G., O'Leary A., Beck V., Pollard K., Simpson P., 2004. Increases in Calls to the CDC National STD and AIDS Hotline Following AIDS-Related Episodes in a Soap Opera. *Journal of Communication*, 2004, vol. 54 (2), pp. 287–301.
- Lacko H.S. *Examining Grey's Anatomy: A Content Analysis of Elements of Medical School Communication*



- Reform in a Popular Medical Drama*. URL: [https://wakespace.lib.wfu.edu/bitstream/handle/10339/33428/Lacko\\_wfu\\_0248M\\_10139.pdf](https://wakespace.lib.wfu.edu/bitstream/handle/10339/33428/Lacko_wfu_0248M_10139.pdf)
- Montgomery K.C., 1990. Promoting Health Through Entertainment Television. *Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts*. Newbury Park: Sage Publications, pp. 114-128.
- Morgan N.A., Vorhies D.W., Mason C.H., 2009. Market Orientation, Marketing Capabilities, and Firm Performance. *Southern Medical Journal*, no. 30, pp. 909-920.
- Nariman H.N., 1993. *Soap Operas for Social Change: Toward a Methodology for Entertainment-Education Television*. Westport CT, Praeger.
- Park H., Reber B., 2010. Using Public Relations to Promote Health: A Framing Analysis of Public Relations Strategies Among Health Associations. *Journal of Health Communication*, vol. 15, pp. 39-54.
- Riley A.H., Rodrigues F., Sood S., 2021. Social Norms Theory and Measurement in Entertainment-Education: Insights from Case Studies in Four Countries. *Entertainment-Education Behind the Scenes*. Cham, Palgrave Macmillan, pp. 175-194. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-63614-2\\_11](https://doi.org/10.1007/978-3-030-63614-2_11)
- Singhal A., 1990. *Entertainment Education Communication Strategies for Development*. Los Angeles, University of Southern California, Annenberg, School for Communication.
- Singhal A., Rogers E.M., 1989. Pro Social Television for Development in India. *Public Communication Campaigns*. Beverly Hills, CA, Sage, pp. 331-350.
- Singhal A., Rogers E.M., 1994. Persuasion and Planned Social Change. *Persuasive Communications*. New York, Holt, pp. 379-397.
- Weaver R. Wilson I., 2011. Australian Medical Students' Perceptions of Professionalism and Ethics in Medical Television Programs. *BMC Medical Education*, no. 11, pp. 1-6.
- Winsten J.A., DeJong W., 2001. The Designated Driver Campaign. *Public Communication Campaigns*. Thousand Oaks CA, Sage, pp. 290-294.
- Ye Y., Ward K.E., 2010. The Depiction of Illness and Related Matters in Two Top Ranked Primetime Network Medical Dramas in the United States: A Content Analysis. *Journal of Health Communication*, no. 15 (5), pp. 555-570.

### Information About the Authors

**Denis S. Artamonov**, Candidate of Sciences (History), Associate Professor, Department of Theoretical and Social Philosophy, Saratov State University, Astrakhanskaya St, 83, 410012 Saratov, Russian Federation, [artamonovds@mail.ru](mailto:artamonovds@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0001-8689-1948>

**Natalia V. Grishechkina**, Candidate of Sciences (Philosophy), Associate Professor, Saratov State Medical University, Bolshaya Kazachia St, 112, 410012 Saratov, Russian Federation, [natalja\\_grishechkina@rambler.ru](mailto:natalja_grishechkina@rambler.ru), <https://orcid.org/0000-0002-7480-8040>

### Информация об авторах

**Денис Сергеевич Артамонов**, кандидат исторических наук, доцент кафедры теоретической и социальной философии, Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, ул. Астраханская, 83, 410012 г. Саратов, Российская Федерация, [artamonovds@mail.ru](mailto:artamonovds@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0001-8689-1948>

**Наталья Васильевна Гришечкина**, кандидат философских наук, доцент кафедры философии, гуманитарных наук и психологии, Саратовский государственный медицинский университет им. В.И. Разумовского, ул. Большая Казачья, 112, 410012 г. Саратов, Российская Федерация, [natalja\\_grishechkina@rambler.ru](mailto:natalja_grishechkina@rambler.ru), <https://orcid.org/0000-0002-7480-8040>