

МЕДИАСОБЫТИЕ КАК МОДЕЛЬ КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИХ ТЕЛЕПРОГРАММ (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «ЭРМИТАЖ. 260» НА ТЕЛЕКАНАЛЕ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»)

О. А. Разина^{1,2}

¹АО «Городское агентство по телевидению и радиовещанию»

(Телеканал «Санкт-Петербург»), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

²Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

В статье рассматриваются конвергентно-интеграционные процессы в телевизионной сфере и медиaprостранстве музея на примере телепроекта «Эрмитаж. 260», отражающего трансформацию телевизионных жанров. Просветительская и организаторская функции телевидения проявляются в репрезентации темы культуры через характерный композиционно-содержательный подход к созданию контента – телевизионный конструкт культурного события, базирующийся на комплексе творческих решений и инструментов телевидения, включая прямой эфир. Одним из обоснований устойчивости данной модели может служить ее ассоциативность с теорией телевизионных церемониальных событий Э. Каца.

Цель исследования – рассмотреть сложносоставную телевизионную модель культурно-просветительской телепрограммы, выходящую за рамки стандартных для журналистики жанров, как медиасобытие (англ. Media Event), а также проанализировать некоторые событийные коммуникации как приемы, формирующие впечатление аудитории в телевизионном эфире и в музее.

Методы кейс-стади, сравнения, обобщения приводят к заключению, что телевидение детализирует и масштабирует культурное событие, объединяя в целостной структуре разножанровые материалы и используя прямой эфир в качестве инструмента для новых драматургических решений в сфере тележурналистики и для реализации просветительской функции телевидения.

Ключевые слова: телевидение, медиасобытие, культурно-просветительские программы, событийные коммуникации, трансформация жанров, прямой эфир, функции телевидения, Государственный Эрмитаж.

Введение

В условиях глобального значения коммуникаций в медиасфере, получившего определение «коммуникативного поворота» [1], творческий процесс создания программ о культуре развивается интегративно, инструменты телевидения суммируются с возможностями и задачами культурных институций, таких как музеи. В результате подобных экспериментов формируются модели программ, позволяющие фиксировать системность и эффективность складывающихся медиаформ для телевизионной отрасли.

Развитие жанрово-структурных моделей демонстрирует, что телевидение не только освещает культурные и музейные поводы, используя традиционные информационные и художественные жанры тележурналистики [2, с. 31–43], но и создает собственные репрезентации тем, в которых просветительская и организаторская функции телевидения по-новому проявляются в создании программы, в том числе под влиянием фактора потребления контента, не ограничивающегося линейным телесмотрением, а предполагающего множество экранов [3, с. 90].

Практика создания исследуемых нами телепрограмм-репрезентаций на темы юбилейных дат культуры или крупных выставок, которые называются блокбастерами, началась в 2019 г. с восьми-

часовой трансляции в прямом эфире, посвященной Дню Эрмитажа (на официальном телеканале Санкт-Петербурга). Творческие решения, реализованные в данном проекте, многократно использовались в дальнейшем, уточнялись и приобрели системный характер (создано более 10 подобных конструктов, включая «Эрмитаж: рождение нового искусства. Коллекция С. И. Щукина», «Гавриилу Державину. Поэту и министру», «Эрмитаж. Натюрморт. Гимн жизни», «Пушкин. Лицей. Продолжение» и др.). Подобная телевизионная форма типологизируется автором как телевизионный конструкт культурного события [4]. Производство телепроектов выходит за рамки съемок, монтажа, трансляции программы, актуализирует организаторскую функцию телевидения и соизмеряется с теорией и практикой культурных индустрий [5].

Целью данной статьи автор видит анализ модели телевизионного конструкта как медиасобытия: рассматривая двойственность в понимании термина «медиасобытие» [6], мы проводим анализ значений термина и коммуникативных возможностей подхода. Здесь же мы касаемся просветительской и организаторской функций телевидения и ключевого фактора – прямого эфира – как момента «сборки» события, кульминации, формирующей его самообытность и коммуникативную эффективность.

Обзор литературы

Для анализа обоснованности использования термина «медиасобытие» в отношении масштабных телепроектов о культуре на основе прямых трансляций мы обращаемся к словарям и основополагающим исследованиям, использующим данное понятие. Вслед за Е. Г. Ним отметим, что несмотря на широкое употребление термина, его однозначное понимание отсутствует, что усложняет его анализ, идентификацию, вариативность прочтений и адекватность его критериев [7]. Кроме того, интегрированность медиа во все сферы жизни, медиатизация общества и всех социальных институтов способствовали выходу термина из научного тезауруса в практическое поле, где он используется с различной степенью правомерности, и как сказано в «Отечественной теории медиа» под редакцией Е. Л. Вартановой, «почти не пересекается с исходными разработками зарубежных специалистов и максимально упрощен» [6].

Наиболее распространенным является использование «медиасобытия» в значении отражения и моделирования реальности в медиа (например, крупные исследования ведутся в Пермском университете: К. И. Белоусов, Д. А. Баранов, Н. Л. Зелянская, Н. Ф. Пономарев, К. В. Рябинин); Е. Г. Ним, анализируя «медиасобытия», опирается на проект фундаментальных исследований «Медиа и социокультурные изменения: критический анализ трансформативных эффектов медиатизации» НИУ ВШЭ [7]). Мы в своей работе не касаемся лингвистической сферы бытования понятия «медиасобытия» в медиатексте как «модуса социальной реальности» [8], «механизма когниции и культуры» [8].

Текущая ситуация создает предпосылки для уточнения и актуализации значений «медиасобытия»; уже выявлена перспективность его анализа как «трансформативного» [7] жанра, лиминального (переходного) пространства. Мы же фокусируемся на «медиасобытии» как на функциональном методе преобразования телевизионных жанров, а также сопоставляем производство телепрограммы с организацией специального события, в котором проявляются событийные коммуникации [9].

Словарь «Отечественная теория медиа» определяет медиасобытие как «публичное мероприятие, изначально спланированное для широкого освещения в медиа» [6]. Данное обозначение правомерно для практики телевидения и принципиально соотносится с подходом к созданию телеконструкта культурного события.

Базовой теорией для нашего исследования являются исследования ученого и первого директора израильского телевидения [10] Элиху Каца (Elihu Katz), начатые в середине XX в. Программные мысли были обобщены им в соавторстве с Дэниэлом Дайяном в работе «Медиасобытия: прямая трансляция истории» (англ. «Media Events: The

Live Broadcasting of History», 1992) [11] и имеют ряд преданных последователей и критиков, поскольку речь идет о телевидении, которое, с одной стороны, прерывает рутину [11, с. 5] и дарит людям праздник, а с другой – укрепляет представление о сакральности власти.

В поле анализа медиасобытий превалирует политический дискурс, и медиасобытие в широком смысле понимается как медиаверсия происходящего или возможность озвучить и сделать значимой определенную тему, запрограммированным образом представить участников, их имидж и статус. По мнению Д. Бурстина, сформулированному еще в 1960-х гг., медиасобытие – это «псевдособытие» (англ. pseudo event), которое позволяет политикам получить широкое медийное внимание и предстать не столько общественными деятелями, сколько «звездами» [6].

Укорененность подобного негативного, манипулятивного смысла медиасобытия подтверждается и статьей в авторитетном Англо-русском толковом словаре концепций и терминов, составленном Л. М. Земляновой, где понятия «медиасобытие» и «псевдособытие» (англ. media events, pseudo-events) даются через запятую, как синонимичные [12]. Их характеризует создание реальности с опорой на медиажанры, логику медиа и с учетом задач и требований медиарынка или идеологических установок. В тексте фиксируется и более емкое и образное восприятие медиасобытия – «мыльный пузырь» [12]. Следовательно, в понимании зарубежных исследователей медиасобытия превалируют его возможности в фабрикации представлений аудитории.

Однако мы полагаем, что это не исключает возможности использования инструментов медиасобытия как модели церемониального события Э. Каца в просветительских целях, которые преследуют создатели культурно-просветительских телепрограмм и медиапроектов о культуре.

Методы исследования

Эмпирическим материалом для анализа телепроекта как медиасобытия в сфере культуры нами выбран специальный эфир «Эрмитаж. 260», реализованный в декабре 2024 года на официальном региональном телеканале «Санкт-Петербург» (юридическое название – АО «Городское агентство по телевидению и радиовещанию», АО «ГАТР»), далее – Телеканал. Партнером медиапроекта выступил Государственный Эрмитаж – далее Музей, Эрмитаж или ГЭ).

Общей стратегией для Телеканала и Музея при создании проекта являлось представление культурного наследия России и роль ГЭ в российской культуре, формировании идентичности, влиянии на институты культуры, задачи просвещения. 260 лет Эрмитажа как культурной институции определены датой приобретения Екатериной Второй коллекции Гоцковского, день 7 декабря счита-

ется Днем Эрмитажа в связи с днем Святой Екатерины, в православной традиции покровительницы императрицы, начавшей формирование крупнейшего в России собрания западноевропейского искусства, которое стало впоследствии, по определению генерального директора Эрмитажа, академика М. Б. Piotровского, «энциклопедией мировой культуры, написанной на русском языке» [13].

Значительная дата в истории Государственно-го Эрмитажа нашла отражение в комплексе материалов на телеканалах федерального и регионального значения (ВГТРК «Россия-Культура», «78» (МИЦ «Известия»), «НТВ» и др.) и преимущественно выражалась в информационных репортажах, документальных проектах о коллекциях и зданиях Эрмитажа; в эфир вышли интервью с генеральным директором Государственного Эрмитажа М. Б. Piotровским, его авторские программы об Эрмитаже [14].

Специальный телепроект «Эрмитаж. 260» [15], отличающийся многосоставностью разножанровых элементов в композиции и пролонгированным эффектом, занял обособленное место в информационном поле и был включен в программу Дней Эрмитажа [9], что интегрирует телевизионное производство в официальную событийную повестку музея и обосновывает конвергентные качества телепродукта.

Кульминацией проекта стал прямой эфир из Государственного Эрмитажа 7 декабря 2024 года, который первоначально прошел в официальных интернет-аккаунтах телеканала и Эрмитажа, а затем был показан в вечерний прайм-тайм в телевизионном эфире телеканала «Санкт-Петербург» и одновременно через сайт и интернет-аккаунты телеканала.

Содержательно и композиционно проект представлял собой драматургически выстроенное аудиовизуальное произведение (АВП) в прямом эфире, включающее сквозное действие – диалоги с экспертами из нескольких локаций в музее, в которое интегрировались подготовленные репортажи, портретные очерки, зарисовки, опросы, монологи известных людей – медийных личностей, прямые включения, графические элементы. Технологически проект обеспечила ПТС «Нева» (передвижная телевизионная станция АО «ГАТР»). Продолжительность проекта без учета рекламных блоков составила 2 часа 22 минуты.

Гипотезой исследования является предположение, что подобный телепродукт, который мы композиционно-содержательно охарактеризовали как телевизионный конструкт культурного события, в организационном, коммуникативном, жанровом аспектах может быть дифференцирован как медиасобытие (Media Event). Это определение уточняет основной подход к созданию телепрограммы не только как к производству АВП, но и как к организации события со своеобразной

режиссурой [9], где способом вовлечения акторов (например, экспертов) и аудитории (в эфире, интернете и непосредственно в музее) является медиа, в частности, телевидение и телевизионная трансляция, которая становится «током», «движущей силой» масштабирования информационного повода. Кроме того, мы последовательно разделяем мысль Элиху Каца, поддерживаемую Пэди Скэннелом, что прямая трансляция усиливает величие события [10].

Результаты и дискуссия

Разрабатывая тему медиасобытий, Э. Кац сформулировал ряд их основных признаков, а именно:

- прямая телевизионная трансляция;
- состоятельность события и без фактора медиа: трансляция важна, но событие произойдет и без нее;
- эмоциональность и символичность, выраженные в драматических и ритуальных проявлениях;
- точный план;
- участие в событии ярких личностей как основных действующих лиц;
- контекст ключевых для общества социальных взглядов, обеспечивающих необходимость внимания аудитории к событию [6].

Э. Кац и Д. Дайян имели в виду, в первую очередь, возможности медиасобытия как особого жанра телевидения, который масштабирует – начиная с анонсирования, рекламирования трансляции [11] – происходящие церемонии, спортивные состязания или парады – значительные или буквально исторические события, такие как высадка первого человека на Луну, Олимпийские игры или визит президента Египта Анвара Садата в Иерусалим (1977), которые состоялись бы и без телевидения.

Создатели проекта об Эрмитаже, пользуясь крупной датой, полностью смоделировали под телевизионный эфир специальное событие [9], чтобы привлечь внимание к Государственному Эрмитажу как к феномену культуры, достоянию страны, значимому для каждого гражданина России. Сценарий и композиция проекта «Эрмитаж. 260» были разработаны творческой группой для репрезентации культурно-просветительских смыслов, которые закладывают музейные специалисты в экспозиции, выставочные проекты, юбилейные мероприятия и с учетом драматургии телевизионной программы в прямом эфире.

Информационный повод – юбилейная дата, и ее ожидание, «подогреваемое» анонсированием, – отсылает нас к указанной выше хрестоматийной работе Э. Каца и Д. Дайяна о медиасобытиях. Ключевыми положениями теории являются три типа медиасобытий: «завоевание», «состязание» и «коронация» (англ. Contest, Conquest, Coronation) [11], каждый из которых имеет формализованные критерии [11]. Проект из Эрмитажа тяготеет к типу «коронация», поскольку связан с укреплением в обществе традиций – уважения

к истории, культуре. Эту главную мысль поддерживает церемониальность ряда эпизодов, их ассоциированность с выразительными примерами национального достояния, наличием собственной статусной символики. Эти образы нашли отражение в телепрограмме: например, в начале был показан торжественный видеоклип на песню «Атланты» А. Городницкого, считающуюся гимном Эрмитажа. Финалом проекта стало не менее символическое, в определенном смысле ритуальное действие завода часов «Павлин», на которое в Павильонном зале собирается большое количество публики.

С «коронацией» проект связывает и характерная для данной категории дифференциации обращенность в прошлое, знания о котором укрепляют современные общественные связи.

Многие из предлагаемых критериев и характеристик медиасобытия Каца-Дайяна соотносятся со сценарием программы «Эрмитаж. 260». Прямой эфир «собрал» в драматургически выстроенное аудиовизуальное произведение в строгом планетайминге программы несколько десятков созданных с учетом когнитивных и эмоциональных значений эпизодов. В эфире участвовали известные и выдающиеся деятели современности, лидеры мнений: М. Б. Пиотровский, Б. Я. Эйфман, Н. И. Явейн, К. А. Райкин и другие; прозвучали мнения популярных артистов: А. Ковальчук, А. Иванова, Т. Булановой, И. Ожогина, которые по стратегии создателей позволили привлечь внимание аудитории к менее узнаваемым экспертам, специалистам и более сложным темам музея и истории.

Прямой эфир относится к тем категориям медиасобытий по Дайяну и Кацу, универсальность которых подвергается критике [7] из-за существенно изменившегося медиаландшафта, однако мы полагаем, что именно технология прямого эфира, или стрима (в техническом понимании новых медиа), независимо от того, на какие экраны транслируется событие – в интернет, или в телевизионный эфир, – является важнейшим фактором, который определяет *свершенность* (курсив наш) медиасобытия, концентрирует и укрупняет его смыслы. А в таких синтетических жанровых формах как телевизионный конструкт культурного события собственно факт трансляции становится событием, формирующим своеобразный коммуникативный очаг, эпицентр, который позволяет формировать и продолжительное время удерживать внимание к теме. Данный подход развивает «способ вещания» [16, с. 36], вошедший в теорию телевизионной журналистики как телемарафон, форма «впечатляющая масштабностью и временной протяженностью действия» [16]. Однако мы полагаем, что сложившееся восприятие «эстафетности» и некоторой монотонности указанной формы не соответствует своеобразию телеконструкта культурного события и медиасобытия, поэтому намеренно избегаем указанного названия.

Характерными особенностями телевизионного конструкта культурного события является ряд способов производства и набор разножанровых эпизодов, составляющих в момент прямого эфира единое целое АВП, раскрывающее творческий замысел создателей. В комплексе сюжетов заложены архетипические модели и используется современный визуальный язык, что перспективно, поскольку, по мнению А. М. Шестериной (2020, 2021, 2022), которое мы разделяем, позволяет видеоматериалам быть неожиданными и в то же время «апеллировать к фоновым знаниям аудитории и опираться на знакомые ей фреймы» [17], включая зрителя в развитие телевизионного сценария как в кульминационном показе всей программы в эфире, так и при просмотре в сети отдельных эпизодов. Целью авторов «Эрмитаж. 260» была репрезентация значения ГЭ в исторических, предметных, биографических, смысловых, церемониальных и других проявлениях.

Параллельной задачей являлось построение коммуникаций с аудиториями: в телевизионном эфире, в интернете, с аудиториями Телеканала и Музея, включая посетителей сайтов и интернет-аккаунтов.

В рамках данной статьи, где телепрограмма в форме конструкта культурного события рассматривается как медиасобытие, обратимся к специфическим коммуникативным стратегиям – событийным. Событийные коммуникации (СК) являются частью социокультурных коммуникаций и, по мнению Е. А. Кавериной, являются актуальной технологией: событийные коммуникации, «используя различные форматы и характеры взаимодействия инициаторов и аудиторий, могут выступать сегодня конструктивными способами построения социокультурной реальности» [18]. Рассматривая в цитируемой статье ряд примеров событийных коммуникаций и специальных событий, исследователь обращает внимание на нестандартные сценарии, ambient-технологии, средовые контексты, перформативность.

Эти инструменты коммуникаций могут быть проявлены и в новых формах культурно-просветительских программ. Например, выбор места для студии в конструкте культурного события «Эрмитаж. 260» был обоснован не только содержательным фоном: Угловой зал (зал № 248) в Новом Эрмитаже, где размещены шедевры Гольциуса из первой купленной Екатериной коллекции. Для выбора центральной для эфира студии имела значение и планировка зала с тремя входами для публики, ведущими в Зимний дворец, в залы голландской живописи и в залы фламандской живописи. Таким образом, пространство студии находилось на пересечении маршрутов посетителей музея. Через зал, где происходили ключевые по содержанию программы диалоги – интервью с генеральным директором Эрмитажа М. Б. Пио-

тровским, экспертами, непрерывно шли люди, «прохожие», которые попадали в кадр. Для зрителей, которые смотрели программу через интернет или в эфире, эти случайные люди в синтетически созданном кадре экрана создавали ощущение подлинности, «дыхания» текущей независимо от телеэфира жизни Музея. Для самих посетителей ГЭ неожиданная встреча с телевизионной студией, творческим процессом становилась дополнительной акцией, которая усиливала впечатления от посещения музея: они останавливались, фотографировали, и это интегрированное в экспозицию публичное действие акцентировало для них значение Музея, нарушало рутинность продолжительного путешествия по залам и анфиладам.

Событийные коммуникации расширяют аудиторию телепрограммы и создают эксклюзивность специального события для Музея и его аудитории, что также позволяет обратить внимание на актуализацию таких функций телевидения, как интегративная, культурно-просветительская, организаторская. Если в начале 2000-х годов исследователи отмечали новоявленность и главенствующую роль экономической функции телевидения (С. Н. Ильченко) [19], то актуальные формы программ о культуре позволяют осмысливать перспективность ренессанса организаторской функции телевидения, например, в сфере создания культурных событий.

Выводы

Трансформация телевизионных жанров на фоне глобальной медиатизации общества и самих медиа [20], включая телевидение, ориентирует производство контента не только на решение информационных и творческих задач, но и на выстраивание коммуникативных стратегий с аудиториями.

Новые формы культурно-просветительских телепрограмм, комплексно раскрывающих информационный повод через построение модели события или темы с использованием комплекса разножанровых материалов, которые собираются в единое целое в строгом тайминге прямого эфира, позволяют проводить параллель между телевизионной программой и медиасобытием (по Э. Кацу).

Прямой эфир как является признаком телевизионности, медийности события, так и влияет на его эксклюзивный, исключительный статус, укрупняет значение темы. Восприятие содержания и эмоциональное впечатление обостряют сопричастность с происходящим в прямом эфире – здесь и сейчас, даже если это запись того, как это было в прямом эфире.

Развитие теории и критериев медиасобытия Дайяна и Каца на рассмотренном примере выражается в том, что в основе подобных проектов может не быть исходного праздничного действия или церемонии, но в то же время в прямом эфире и из специально подготовленных элементов собирается цельный образ, сопоставимый с жанрами «коронации», «завоевания» или «состязания» –

телевизионный конструкт культурного события. Также мы уточняем, что продуктивной моделью медиасобытия являются не только политические, но и культурно-просветительские поводы, идеи и темы.

Творческие решения в создании телевизионных конструктов культурных событий коррелируют с событийными коммуникациями, обращаясь к сопоставимым технологиям и практикам нестандартного выбора пространств, неожиданных перформансов, которые порождают чувство сопричастности зрителей, что влияет на расширение аудитории и выполнение культурно-просветительской функции телевидения.

Литература

1. Dugin, E. A. “communicative turn” in the theoretical and methodological substantiation of the media system and journalism / E. Dugin // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. – 2024. – № 3. – P. 5–19.
2. Вакурова, Н. В. Типология жанров современной экранной продукции : учебное пособие / Н. В. Вакурова, Л. И. Московкин. – М., 1997. – 61 с.
3. Полуэхтова, И. А. Практики медиапотребления российской молодежи в цифровом обществе (по результатам эмпирического исследования) / И. А. Полуэхтова // *Знание. Понимание. Умение*. – 2022. – № 3. – С. 90–107. – URL: <https://journals.mosgu.ru/zpu/article/view/1627> (дата обращения: 25.01.2025).
4. Ильченко, С. Н. Трансформация культурно-просветительских программ в телевизионном эфире в условиях пандемического контекста (на примере проекта «Русский музей. 125 лет») / С. Н. Ильченко, О. А. Разина // *Неофилология*. – 2022. – Т. 8, № 1. – С. 144–153.
5. Разина, О. А. Производство культурно-просветительских программ и культурные индустрии: к вопросу о подходах к анализу телевидения / О. А. Разина // *Неофилология*. – 2024. – Т. 10, № 3. – С. 701–710.
6. Отечественная теория медиа: основные понятия : словарь / под ред. Е. Л. Вартаковой. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2019. – 246 с.
7. Ним, Е. Г. «Медиасобытия»: теория, конца которой нет? / Е. Г. Ним // *Социологический журнал*. – 2019. – Т. 25, № 4. – С. 28–37.
8. Белоусов, К. И. Когнитивно-информационное моделирование социальной реальности: концепты, события, приоритеты / К. И. Белоусов, Д. А. Баранов, Н. Л. Зелянская, Н. Ф. Пономарев, К. В. Рябинин // *Вестник Томского государственного университета. Филология*. – 2021. – № 2. – С. 5–26.
9. Каверина, Е. А. Создание событий в современном социокультурном пространстве : автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Е. А. Каверина. – СПб, 2012. – 47 с.

10. Scannell, P. The life and times of media events: A tribute to Elihu Katz / P. Scannell // *Nordic Journal of Media Studies*. – 2024 (1). – P. 118–133.
11. Dayan, D. *Media Events: The Live Broadcasting of History* / D. Dayan, E. Katz. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1992. – 305 p.
12. Землянова, Л. М. Коммуникативистика и средства информации : англо-русский толковый словарь концепций и терминов / Л. М. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 416 с.
13. Слово директора. Академик Михаил Пиотровский: Эрмитаж – это энциклопедия мировой культуры, написанная на русском языке // Государственный Эрмитаж. – URL: <https://www.hermitagemuseum.org/news/directors-blog/blog-post?id=88&lng=ru> (дата обращения: 25.01.2025).
14. Михаил Пиотровский. Фильм об отце. Авторы – Михаил Пиотровский и Алексей Чачба // Государственный Эрмитаж. – URL: https://www.hermitagemuseum.org/news/mikhail_pietrovskii_film_ob_ottse?lng=ru; <https://smotrim.ru/video/2905485> (дата обращения: 25.01.2025).
15. Праздничная трансляция «День Эрмитажа на телеканале «Санкт-Петербург» // Государственный Эрмитаж. – URL: https://www.hermitagemuseum.org/news/news_428_24?lng=ru0123456765 (дата обращения: 25.01.2025).
16. Шестеркина, Л. П. Методика телевизионной журналистики : учебное пособие для студентов вузов / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 224 с.
17. Шестеркина, А. М. Модификация архетипических сюжетов в современных аудиовизуальных медиа / А. М. Шестеркина // *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. – 2020. – Т. 39 (2). – С. 169–177.
18. Каверина, Е. А. Событийные коммуникации в координатах современности / Е. А. Каверина // *Международный журнал исследований культуры*. – 2017. – № 2 (27). – URL: <https://old.culturalresearch.ru/ru/archives/109--227-> (дата обращения: 25.01.2025).
19. Ильченко, С. Н. Основы журналистской деятельности / С. Н. Ильченко. – М. : Юрайт, 2020. – 311 с.
20. Коломиец, В. П. Медиатизация медиа / В. П. Коломиец. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2020. – 256 с.

Разина Ольга Александровна – заместитель генерального директора по производству тематических программ и специальных проектов, АО «Городское агентство по телевидению и радиовещанию» (Телеканал «Санкт-Петербург»), старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики, Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург), e-mail: o.a.razina@yandex.ru. ORCID 0009-0007-5963-1383

Поступила в редакцию 2 февраля 2025 г.

DOI: 10.14529/ssh250311

MEDIA EVENT AS A MODEL OF CULTURAL AND EDUCATIONAL TV PROGRAMS (AS EXEMPLIFIED BY “THE HERMITAGE. 260” PROJECT ON ST. PETERSBURG TV CHANNEL)

O. A. Razina^{1,2}

¹*City Agency for Television and Radio Broadcasting JSC (St. Petersburg TV Channel), Saint Petersburg, Russian Federation*

²*St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation*

The article analyzes convergent integration processes in the television sphere and the museum media space using the example of “The Hermitage. 260” TV project reflecting the transformation of television genres. The educational and organizational functions of television are manifested in the representation of the topic of culture through a characteristic compositional and content-based approach to content creation – a television construct of a cultural event based on a set of creative solutions and television tools, including live broadcast. The stability of this model can be justified by its associativity with E. Katz’ theory of television ceremonial occasions.

The purpose of the study is to consider the complex television model of a cultural and educational television program going beyond the genres, which as standard for journalism, as a media event, as well as to analyze some event communications as tools shaping the audience impression on television and in the museum.

The methods of case studies, comparisons, and generalizations allow concluding that television details and scales up a cultural event, combining multi-genre materials in an integral structure and using live broadcasting as a tool for new dramatic solutions in television journalism and for the implementation of the educational function of television.

Keywords: television, media event, cultural and educational programs, event communications, transformation of genres, live broadcast, functions of television, State Hermitage.

References

1. Dugin E. A. “Communicative Turn” in the Theoretical and Methodological Substantiation of the Media System and Journalism // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2024. № 3. P. 5–19.
2. Vakurova N.V., Moskovkin L.I. Tipologiya zhanrov sovremennoy ekrannoy produktsii [Typology of Genres of Modern Screen Production]: uchebnoe posobie. Moscow, 1997. 61 p.
3. Polujehtova I.A. Praktiki mediapotrebleniya rossiiskoy molodezhi v cifrovom obshchestve (po rezul'tatam empiricheskogo issledovaniya) [Media Consumption Practices of Russian Youth in the digital Society (based on the Results of an Empirical Study)] // *Znanie. Ponimanie. Umenie*. 2022. № 3. P. 90–107.
4. Ilchenko S.N., Razina O.A. Transformatsiya kul'turno-prosvetitel'skikh programm v televizionnom efire v usloviyah pandemicheskogo konteksta (na primere proekta «Russkii muzei.125 let») [Transformation of Cultural and Educational Programs on Television in a Pandemic Context (on the Example of the Project “Russian Museum. 125 years”)] // *Neofilologiya*. 2022. T. 8, № 1. P. 144–153.
5. Razina O.A. Proizvodstvo kul'turno-prosvetitel'skikh programm i kul'turnye industrii: k voprosu o podkhodakh k analizu televideniya [Production of Cultural and Educational Programs and Cultural Industries: on the Issue of Approaches to the Analysis of Television] // *Neofilologiya*. 2024. T. 10, № 3. P. 701–710.
6. Otechestvennaya teoriya media: osnovnye ponjatiya [Domestic media Theory: basic Concepts]: slovar' / pod red. E.L. Vartanova. Moscow: Moscow University Publishing House, 2019. 246 p.
7. Nim E.G. «Mediasobytiya»: teorija, konca kotoroj net? [Media Events: a Theory with no End?] // *Sotsiologicheskii zhurnal*. 2019. T. 25. № 4. P. 28–37.
8. Belousov K.I., Baranov D.A., Zelyanskaya N.L., Ponomarev N.F., Ryabinin K.V. Kognitivno-informatsionnoe modelirovanie social'noy real'nosti: koncepty, sobytiya, priority [Cognitive-Information Modeling of Social Reality: Concepts, Events, Priorities] // *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*. 2021. № 72. P. 5–26.
9. Kaverina E.A. Sozdanie sobytii v sovremenном sotsiokul'turnom prostranstve [Creation of Events in the Modern Socio-Cultural Space]: avtoref. dis. d-ra filos. nauk. Saint Petersburg, 2012. 47 p.
10. Scannell P. The Life and Times of Media Events: A Tribute to Elihu Katz // *Nordic Journal of Media Studies*. 2024 (1). P. 118–133.
11. Dayan D., Katz E. Media Events: The Live Broadcasting of History. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992. 305 p.
12. Zemlyanova L.M. Kommunikativistika i sredstva informatsii [Communication and Media]: anglo-russkii tolkovyy slovar' kontseptsii i terminov. Moscow: Moscow University Publishing House, 2004. 416 p.
13. Slovo direktora. Akademik Mikhail Piotrovskiy: Ermitazh – eto entsiklopediya mirovoy kul'tury, napisannaya na russkom yazyke [Word of the Director. Academician Mikhail Piotrovsky: The Hermitage is an Encyclopedia of world Culture, written in Russian] // *State Hermitage*. URL: <https://www.hermitagemuseum.org/news/directors-blog/blog-post?id=88&lng=ru>.
14. Mikhail Piotrovskiy. Fil'm ob ottse [Mikhail Piotrovsky. A Film about a Father] // *State Hermitage*. URL: https://www.hermitagemuseum.org/news/mikhail_piotrovskii_film_ob_ottse?lng=ru; <https://smotrim.ru/video/2905485>.
15. Prazdnichnaya translyatsiya «Den' Ermitazha na telekanale «Sankt-Peterburg» [Festive Broadcast “Hermitage Day on the St. Petersburg TV channel”] // *State Hermitage*. URL: https://www.hermitagemuseum.org/news/news_428_24?lng=ru0123456765.
16. Shesterkina L.P., Nikolaeva T.D. Metodika televizionnoy zhurnalistiki [Methods of Television Journalism]: uchebnoe posobie dlja studentov vuzov. Moscow: Aspect Press, 2012. 224 p.
17. Shesterina A.M. Modifikatsiya arkhetypicheskikh syuzhetov v sovremennykh audiovizual'nykh media [Modification of Archetypal Plots in Modern Audiovisual Media] // *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaniiya*. 2020. T. 39 (2). P. 169–177.
18. Kaverina E.A. Sobytiynye kommunikatsii v koordinatakh sovremennosti [Event Communications in the Coordinates of modern Times] // *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury*. 2017. № 2 (27). URL: <https://old.culturalresearch.ru/ru/archives/109--227->.

19. Ichenko S.N. *Osnovy zhurnalistiskoy deyatel'nosti* [Fundamentals of Journalistic Activity]. Moscow: Yurayt, 2020. 311 p.
20. Kolomiets V.P. *Mediatizatsiya media* [Mediatization of Media]. Moscow: Moskow University Publishing House, 2020. 256 p.

Olga A. Razina – Deputy General Director for the Production of Themed Programs and Special Projects, City Agency for Television and Radio Broadcasting JSC (St. Petersburg TV Channel), Senior Lecturer at the Department of Television and Radio Journalism, St. Petersburg State University (Saint Petersburg), e-mail: o.a.razina@yandex.ru

Received February 2, 2025

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Разина, О. А. Медиасобытие как модель культурно-просветительских телепрограмм (на примере проекта «Эрмитаж. 260» на телеканале «Санкт-Петербург») / О. А. Разина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2025. – Т. 25, № 3. – С. 85–92. DOI: 10.14529/ssh250311

FOR CITATION

Razina O. A. Media event as a model of cultural and educational TV programs (as exemplified by “The Hermitage. 260” project on St. Petersburg TV channel). *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2025, vol. 25, no. 3, pp. 85–92. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh250311
