

Неофилология

Neofilologiya = Neophilology

ISSN 2587-6953 (Print)

<http://journals.tsutmb.ru/neophilology/>

ISSN 2782-5868 (Online)

Перечень ВАК, РИНЦ, DOAJ, Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO, ResearchBib, CrossRef, НЭБ «eLIBRARY.RU», ЭБ «КиберЛенинка»

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 378:796.097

DOI 10.20310/2587-6953-2022-8-1-144-153

Трансформация культурно-просветительских программ в телевизионном эфире в условиях пандемического контекста (на примере проекта «Русский музей. 125 лет»)

Сергей Николаевич ИЛЬЧЕНКО¹ ✉, Ольга Александровна РАЗИНА²

¹ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

199034, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9

²АО «Городское агентство по телевидению и радиовещанию» (Телеканал «Санкт-Петербург»)

197022, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, ул. Чапыгина, 6

✉ s.ilchenko@spbu.ru

Аннотация. Рассмотрен опыт регионального телеведущего по освещению крупного культурного события. Особый интерес авторов касается процесса трансформации культурно-просветительских проектов в сложных условиях информационных и организационных ограничений, связанных с периодом пандемии.

Ключевые слова: телевидение, Русский музей, пандемия, телеканал «Санкт-Петербург», культурно-просветительский проект

Для цитирования: Ильченко С.Н., Разина О.А. Трансформация культурно-просветительских программ в телевизионном эфире в условиях пандемического контекста (на примере проекта «Русский музей. 125 лет») // Неофилология. 2022. Т. 8, № 1. С. 144-153. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-1-144-153>



Материалы статьи доступны по лицензии Creative Commons Attribution («Атрибуция») 4.0 Всемирная



Transformation of cultural and educational programs on television in a pandemic context (on the example of the project “Russian Museum. 125 years old”)

Sergey N. ILCHENKO¹✉, Olga A. RAZINA²

¹Saint Petersburg State University

7-9 Universitetskaya Emb., St. Petersburg 199034, Russian Federation

²JSC “City Agency for Television and Radio Broadcasting” (TV channel “Saint Petersburg”)

6 Chapygin St., St. Petersburg 197022, Russian Federation

✉ s.ilchenko@spbu.ru

Abstract. We are considering the experience of a regional TV broadcaster in covering a major cultural event. The authors are of particular interest to the process of transforming cultural and educational projects in the difficult conditions of informational and organizational restrictions associated with the pandemic period.

Keywords: television, Russian Museum, pandemic, St. Petersburg TV channel, cultural and educational project

For citation: Ilchenko S.N., Razina O.A. Transformatsiya kul'turno-prosvetitel'skikh programm v televizionnom efire v usloviyakh pandemicheskogo konteksta (na primere proyekta «Russkiy muzey. 125 let») [Transformation of cultural and educational programs on television in a pandemic context (on the example of the project “Russian Museum. 125 years old”)]. *Neofilologiya – Neophilology*, 2022, vol. 8, no. 1, pp. 144-153. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2022-8-1-144-153> (In Russian, Abstr. in Engl.)



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

В условиях существенной трансформации структуры контента, связанной с корректировкой информационной повестки дня и, в особенности, в контексте определённых ограничений, связанных с изменениями структуры организационно-творческих условий создания текущего эфирного контента, важное значение приобретают те методы и принципы его создания, когда необходимо использовать совсем иные подходы. Последние явно продиктованы как объективными, так и субъективными факторами. Нами предпринята попытка описать и обобщить эмпирический опыт одного из ведущих российских региональных телеканалов в процессе реализации важного культурно-просветительского эфирного проекта.

25 апреля 2020 г. в эфире телеканала «Санкт-Петербург» был показан телемарафон к юбилею Государственного Русского музея (ГРМ). Этот телевизионный проект фактически стал центральным событием 125-летия ГРМ, поскольку все остальные мероприятия были отменены из-за пандемии коронавируса. В ходе реализации наших научно-исследовательских намерений рассмотрены актуальные принципы производства телевизионных программ культурно-просветительской тематики в прямом эфире в контексте трансформации телевизионных жанров.

Мы вводим понятие **телевизионный конструкт культурного события** и анализируем телемарафон, известный в теории журналистики как вариант телемоста, развившегося в телеэфире на фоне глобализации и цифровизации.

По ходу исследования было зафиксировано, как обстоятельства пандемии ускорили процесс трансформации телевизионных жанров.

В качестве гипотезы было выдвинуто предположение, что специальный проект – **телевизионный конструкт культурного события**, основанный на телемарафоне с интеграцией разножанровых эпизодов, является примером актуального формата телевизионных программ культурно-просветительской тематики.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Телеканал «Санкт-Петербург» (основан в 2010 г.) – телеканал в субъекте РФ Санкт-Петербурге, официальное СМИ, получившее приоритетное право среди региональных телеканалов вещать в регионе на 21-й кнопке. Контент на тему культуры занимает важное место в его программной сетке, поскольку и жизнь города в существенной степени определяется событиями в федеральных и региональных музеях, театрах, концертных залах, арт-пространствах, действующих в Санкт-Петербурге. Подобное влияние городской повестки на особенности телепродукции является характерной особенностью для всех региональных каналов, которую отмечают современные российские исследователи: «Распространение телеканала на определённой территории в значительной степени обуславливает его программную и контент-стратегию, связанную с ориентацией на телезрителей данного региона» [1, с. 14]. Учитывая устойчивые интересы аудитории, преимущественно связанной с Петербургом или интересующейся жизнью именно этого субъекта, телеканал «Санкт-Петербург» в то же время декларирует продолжение традиций легендарного ленинградского телевидения, для которого был характерен инновационный подход к созданию программ.

В связи с 255-летием Государственного Эрмитажа (ГЭ), одного из величайших музеев мира, находящихся в Петербурге, в декабре 2019 г. на телеканале была организована 8-часовая многосоставная прямая трансляция. «Ни один музей в мире не имел такого опыта, чтобы целый день целый телевизионный канал города-миллионника рассказывал о музее. Этим вы ещё повысили нашу уни-

кальность», – сказал по итогам прямой трансляции генеральный директор Государственного Эрмитажа профессор М.Б. Пиотровский, обозначив значение медиа-ресурса даже для учреждения с мировым именем. И здесь важно отметить не то, что влияние было, а каким образом это было осуществлено.

С точки зрения телевизионного производства это был опыт развития телемарафона, который исследователи Л.П. Шестеркина и Т.Д. Николаева характеризуют как способ телевидения, отличающийся «содержательной и оперативной формой подачи информации, впечатляющей масштабностью и временной протяженностью действия» [2, с. 36]. Следуя тенденции трансформации жанров «День Эрмитажа», не нарушая основных свойств телемарафона, отличался выраженной синтетичностью, поскольку в нём был продемонстрирован не просто синтез базовых телевизионных жанров, таких как репортаж, интервью, комментарий; организованы прямые включения из различных обоснованных темой и сценарием мест, но это была структура объединённых полноценных форматов, таких как, например, ток-шоу, репортаж, документальный фильм, прямое включение и т. д. Опуская в данной статье описание большого объёма телевизионных структурных элементов этого проекта, важно остановиться на инновационном ракурсе, позволяющем говорить о подобной трансляции как о формировании нового культурного продукта, поскольку некоторые блоки прямого эфира были сращены с непосредственными событиями Дня Эрмитажа. Показательно, например, что драматургически встроенным в сценарий эфира стало подписание соглашения о сотрудничестве ГЭ с Приморским краем на уровне директора Эрмитажа и губернатора О. Кожемяко в декорациях студии в Главном штабе. Кроме того, ряд дискуссий в рамках ток-шоу были полноценными и самостоятельными обсуждениями общественно-культурологических вопросов экспертами сообщества. Таким образом, телевидение выступило не только как средство массовой информации, показывающее, что происходит в действительности, а музей не просто оказал содействие в съёмках и трансляции, как это распространено в текущей системе взаимодействия медиа и культурных институций, но общими

усилиями был создан совместный продукт, опирающийся на статус и смысл реального события, суммирующий возможности обеих сторон с учётом интересов родственных, но различных аудиторий.

Стоит обратить внимание на то, что между условиями существования телевидения и его соответствием теоретическим построениям образовался разрыв. В нынешних условиях очевидно, что процесс виртуализации реальности, который мы наблюдаем в журналистской практике и деятельности СМИ как субъектов информационной сферы, предопределяет их противоречивые отношения с эмпирической действительностью». Данное обстоятельство продуцирует круг проблем, связанных с типологической идентичностью жанров и их рубрикации в научно-методическом плане.

На фоне этих выявленных в научном мире обстоятельств телевизионная индустрия в практической сфере вынуждена трансформировать вещание и в каждом проекте искать адекватные времени решения.

Для более адекватного описания и анализа практики создания масштабных эфирных проектов в социокультурной сфере в практике телевещания мы предлагаем ввести определение такого формата, основанного на объединении реальных событий и органично встроенными в эту тематическую реальность дополнениями, который был опробован на прямом эфире «День Эрмитажа на телеканале «Санкт-Петербург», как **телевизионного конструкта культурного события**.

Масштабные трансляции телеканалом «Санкт-Петербург» городских событий в течение ряда лет (ориентировочно с 2013 г.) давали основания создать творчески и организационно сложную программу «Дня Эрмитажа», опираясь на проверенную технологию и кадровый состав. Однако обращение к этому жанру применительно к академичному музейному материалу было реализовано впервые. Этот интеллектуальный культурно-просветительский контент не отпугнул зрителя, чего нельзя было исключить, демонстрируя объёмные дискуссии на специфичные музейные темы. Доля телесмотрения программы составила среднюю долю телеканала. Но качество и синергетичность материала позволили одновременно с эфиром и

впоследствии показывать его многократно в сети Интернет на страницах телеканала и Государственного Эрмитажа, а также избирательно отдельными эпизодами в телеэфире. Менеджмент телеканала увидел в этом подходе потенциал для развития формата в области культурологического контента, а представители музейного сообщества смогли оценить возможности телевидения как эффективного ресурса для выгодной и разноплановой репрезентации культурных событий.

По итогам Дня Эрмитажа была задумана «крупная форма» для представления в телевизионном эфире 125-летия Государственного Русского музея (здесь и далее – ГРМ). Речь шла о разработке самостоятельной идеи специального проекта, опирающейся на технологию телемарафона, которая должна была раскрыть роль и значение крупнейшего в мире собрания нашего национального изобразительного искусства. Предполагалось, что география проекта распространится не только на комплекс подразделений ГРМ в Санкт-Петербурге, но также будут представлены региональные представительства и спутники, а также выставочный центр Русского музея в Малаге (Испания). В проекте телезрителю планировали раскрыть богатство коллекции, историю создания музея, начавшуюся с Русского музея императора Александра III, процесс расширения ГРМ, драматичные моменты испытаний в период Второй мировой войны, его особое место в культурном ландшафте страны и мира. Разработка этого культурно-просветительского проекта изначально соответствовала многолетним традициям советского и российского телевидения, сформулированным в своё время С.А. Муратовым: «Телевидение ориентирует зрителя в окружающем мире, не только информируя его, но и приобщая к художественным и нравственным обретениям человечества» [3, с. 156]. Эти постулаты, уходящие сегодня в тень информационного потока, стоит иметь в виду, говоря о современной журналистике, особенно о телевизионной журналистике. В реалиях жесткой конкуренции с Интернетом её значение как средства массовой информации может быть компенсировано именно ролью средства массовой коммуникации – общением. И именно эта роль, эта функция явно проявилась в пандемию, когда традиционные

средства коммуникации и общения были ограничены, а иногда и полностью исключены.

Юбилейные мероприятия Русского музея должны были состояться в апреле 2020 г., но уже в марте музеи стали закрываться. Параллельно с учреждениями культуры телевизионная индустрия также испытывала активные преобразования, связанные с ограничениями контактов между людьми, изменялся режим работы в студиях телецентра, и экстренно внедрялись технологии для удалённой работы. Несмотря на то, что СМИ и телевидение, в частности, вошли в перечень сфер, которые продолжили свою деятельность в период локдауна, меры безопасности и ограничения контактов между сотрудниками регулярно обсуждались и вводились на уровне организаций, в том числе для того, чтобы распространение заболевания не остановило полностью работу телеканалов. Поэтому, говоря образно, над специальным проектом о Русском музее навис даже не один, а как минимум три дамокловых меча. Сначала возникли ограничения по съёмкам репортажей в других регионах, затем из-за закрытия музея стала очевидна несостоятельность модели организации в нём выездной студии для бесед с гостями и показа включений с реальных юбилейных мероприятий – они также были отменены, кроме того, в какой-то момент была ограничена и работа студии в телецентре, через которую можно было собрать – и драматургически, и технологически – различные смысловые линии и сигналы связи, чтобы выдать программу в прямой эфир.

Время, в котором лежит наше наблюдение, – конец второго десятилетия XXI века, период глобализации и цифровизации, характеризуется для телевидения потерей аудитории. Жесточайшая конкуренция с Интернетом, и контентом, не обремененным ограничениями редакционной политики, – объективная реальность. Поэтому телевизионная индустрия всё время находится в зоне критики несоответствия расходов объёму аудитории и старательно экспериментирует с программными продуктами, способными выдержать конкуренцию с предложением очень мобильного, гибкого, лишённого тяжеловесных организационных и юридических обременений Интернета. Здесь мы выносим на рассмотрение тезис о том, что современные

специальные многосоставные телевизионные проекты, опирающиеся на технологию телемарафона, которые мы обозначаем как **телевизионные конструкты культурных событий**, являются актуальным форматом, который, имея в базовом понимании телевизионную технологию телемарафона, может быть эффективным в привлечении интереса широкой аудитории.

Для осуществления подобных проектов необходим высокий уровень творческих и технических ресурсов, что напрямую связано с профессиональным коллективом – командой и стоимостью. Передвижные телевизионные станции (ПТС), АСБ, технологии доставки сигналов, возможности коммутаций, приёма и выдачи в эфир нескольких сигналов одновременно являются дорогостоящими ресурсами, наличие которых в данный момент времени отличают телевизионный продакшн в России от производства частных программ для Интернета. Несмотря на то, что качество программ в Интернете бывает очень высоким, однако, как правило, они представлены в иных жанрах – интервью, документальные фильмы, обзоры и т. д. Даже если мы встречаем подобие телемарафона, то мы имеем дело с последовательным переключением спикеров и локаций и так называемым интернет-стримом. Опыт основательного телевизионного подхода к организации производства в сочетании с актуальной драматургией дают вторую жизнь тому «живому телевидению», о котором ещё в середине XX века говорил как об уникальном опыте Жак Тевено: «Прямой репортаж был и остаётся спецификой телевидения, как бы его ни называли и в каких бы терминах о нём не говорили» [4, с. 49]. Репортаж и является базовым и первичным телевизионным жанром, требующим уже не просто эффекта присутствия, как это было в начале телевизионной эры, а полномасштабного погружения не только в само действие, но и в его идею, сверхзадачу.

Рассмотрим телепроект «Русский музей. 125 лет» на телеканале «Санкт-Петербург» именно как такой конструкт. Итак, первоначально основу проекта должны были составить трансляции реальных событий в день юбилея, происходящих в основном здании музейного комплекса – Михайловском дворце, включения из других выставочных про-

странств комплекса в Петербурге (по аналогии с жанром телемоста): Инженерный замок, Мраморный дворец, Строгановский дворец, Домик Петра; включения в прямом эфире с экспертами в истории искусств; интервью с медийными персонами о роли Русского музея и простыми посетителями музея, а также набор специально подготовленных сюжетов и фильмов-миниатюр, представляющих различные исторические вехи, стороны деятельности и проявления общественной миссии ГРМ. Однако в силу пандемических обстоятельств запланированные официальные мероприятия с присутствием людей были отменены полностью, и тогда возникла идея провести юбилей исключительно на базе телевизионного эфира. Именно телевизионный эфир должен был объединить всех участников юбилея и представить широкой аудитории ГРМ как объект национального достояния, гордости и народной любви. Задуматься об этом позволили послабления в режиме работы телеканала, а именно – возможность выхода в эфир из студии в телецентре с привлечением ресурсов связи, обеспечивающих «телемост» с музеем. В предлагаемых обстоятельствах творческая бригада начала формировать конструкт культурного события, оперируя и музейными, и телевизионными возможностями. И сделаем ещё раз акцент на возможностях серьёзного телевизионного производства, которые сегодня в России объективно превосходят распространённый продакшн Интернета, опирающийся на общедоступные сервисы.

Редакторской группе важно было независимо от физической доступности на объекты музея раскрыть его масштаб, географию присутствия центров и выставочных проектов ГРМ на карте мира, его значение и ценность как самого богатого хранилища русского национального искусства.

В качестве базовых студий в соответствии с жанром телемоста и в подкрепление смысловой стратегии телемарафона были задействованы студия на улице Чапыгина, 6 (Санкт-Петербург), где располагается телеканал, и два исторических зала в Михайловском дворце Русского музея. Студия на телеканале стала центром связи, центром коммуникации и управления юбилейным сценарием. В мобильной студии на территории музея

были подготовлены места включения в прямой эфир для руководителей ГРМ. В зале номер 14, где демонстрируются шедевры «Последний день Помпеи» Брюллова, а также «Девятый вал» Айвазовского, была организована локация для включения в эфир генерального директора ГРМ В.А. Гусева, а в соседнем зале с историческим интерьером (зал номер 15), где демонстрируется «Медный змей» Бруни, подготовили точку включения в эфир для других авторитетных учёных и специалистов музея.

Пандемические обстоятельства строго ограничивали возможности производства программы, и было решено не скрывать их, а сделать подчёркнуто исключительными и необычными. Авторы проекта приложили усилия, чтобы зафиксировать исторический момент, когда все законы существования и коммуникаций пересматривались и корректировались. Очевидные сложности организации эфира трансформировались таким образом в преимущества, акцентируя внимание аудитории на обстоятельствах выхода в эфир и опираясь на них.

В соответствии с эпидемиологическими правилами в студии могла находиться только одна ведущая. Александре Мымриной пришлось выдержать более чем двухчасовой марафон в прямом эфире в высоком темпе и напряжении. Второй ведущий, который предполагался изначально, перешёл в статус дублёра на непредвиденный случай, связанный с болезнью.

Композиция кадра в залах музея была выстроена таким образом, что спикер располагался в масштабном пространстве с монументальными полотнами в центре на музейном диванчике, где объём одного сидящего человека противопоставлялся значительному объёму помещения. Общий план, который использовался наряду с крупным планом говорящего, демонстрировал редкую, совершенно нестандартную ситуацию, когда в самых знаменитых залах основной экспозиции ГРМ, где всегда скопление посетителей, совершенно пустынно и безлюдно. В то же время именно с помощью телевизионного эфира зрителям представилась возможность оказаться там в тот самый момент, когда вход в музей закрыт. Перед режиссёром и оператором-постановщиком стояла задача

сделать расстановку камер таким образом, чтобы подчеркнуть величие интерьера и изолированность, уединенность спикера. И основным способом общения, взаимодействия стал большой экран, через который осуществлялась коммуникация между студией и другими точками телемоста. Важно сделать пояснение, что декорация с экраном, как правило, так или иначе интегрированном в декорации современных студий, для этого специального проекта была выстроена таким образом, чтобы значение экрана подчеркнуто и однозначно равнялось образу портала, единственного средства связи и общения. Именно этот экран и его роль в коммуникации послужили инструментом игрового момента проекта.

Так совпало, что на день, когда праздновался юбилей Русского музея, выпал и день рождения его директора Владимира Александровича Гусева. И чтобы поздравить его в финале программы, ведущая словно через экран в студии телецентра передала в студию в Русском музее букет, который там в кадре принял юбиляр. Интеграция игровых эпизодов важна и актуальна при создании программ независимо от трансформации системы жанров, поскольку постановочные фрагменты оживляют эфир и повышают его привлекательность для аудитории.

Прежде всего, как и при разработке сценария любого подобного проекта, важно было ответить на два главных вопроса – что авторы проекта хотели сказать аудитории, и как, какими средствами намеревались это сделать. Сверхзадачей эфира являлся тезис, что Русский музей – это национальное достояние нашей страны, предмет гордости нашего народа, крупнейшая коллекция русского искусства, знание которой объединяет людей. Адаптируя эту мысль для зрителя, который изначально находится в роли пассивного участника, были сформулированы сквозные вопросы эфира: чем нам дорог Русский музей, как он связан с героями в персональном опыте знакомства или знания, почему нужно пойти в Русский музей, как только снимутся ограничения эпидемии и такая возможность представится? Эти вопросы объединили на разных уровнях знания и мотиваций спикеров и участников программы, связанных с ГРМ профессионально или просто на житейском уровне знакомых с ним.

Рассмотрим также драматургические средства проекта. Основным приёмом, так называемым ходом тематического эфира, стал телемост между студиями в телецентре и музее. В это основное русло программы были интегрированы заранее подготовленные видеоматериалы и включения через скайп в прямой эфир. Содержательно в программе необходимо было репрезентативно представить историю ГРМ, включая его создание, испытания во время Великой Отечественной войны, в блокадный период, затем – преобразование музея в конце двадцатого века и развитие в двадцать первом. Эту задачу решили классические аналитические сюжеты с закадровым текстом, синхронами экспертов, стендапами известного петербургского журналиста, историка и обозревателя Алексея Олиферука. Перед авторами стояла задача познакомить зрителя с дворцами и выставочными залами музея – для этого был произведён ряд сюжетов (автор – Николай Корнеев) с применением современных технических средств съёмки и с использованием инфографики. Важно было «разбудить» академичный видеоряд интерьеров динамикой изложения, расставить смысловые акценты, опираясь на самые актуальные технические возможности, и тем самым вовлечь зрителя в путешествие по музею. Неоднократно анализируя культурно-просветительский контент в телевизионном эфире, мы регулярно сталкиваемся со стереотипами. Например, что темы высокого искусства нуждаются исключительно в академичном способе съёмки и монтажа – в плавном размеренном видеоряде, а зачастую и аудиосопровождении классической музыкой. Позволим себе акцентировать внимание на позиции, что шедеврам и классическим интерьерам очень часто соответствуют самые актуальные подходы производства программ. И важно иметь в виду, что они применимы не только в экспериментальных проектах, но и в процессе регулярного телевизионного производства по принципу конвейера. Именно использование съёмки с коптера, камеры 360 и иных технических возможностей ракурсных съёмок, а также динамичного монтажа и инфографики были избраны как выразительные средства материалов о дворцах и зданиях ГРМ. Отметим, что каждую смысловую линию про-

граммы авторы постарались создать в соответствии с определённым визуальным рядом и стилем. Это представлялось необходимым, чтобы общее полотно телевизионного образа Русского музея было объёмным, плотным, многозначным.

Одной из смысловых линий, которая должна была восполнить эмоцию живого эфира – непредсказуемость, подвижность, живые реакции людей – стали включения в эфир по скайпу и поздравления Русскому музею, которые были присланы из разных регионов. Некоторые из этих сюжетов напоминали так называемое хоумвидео и программу «Сам себе режиссёр» – чтение стихов, поздравления хором, слова, произнесенные не для эфира, а для коллег. В сочетании с непрофессиональной съёмкой без штатива эти живые, как будто экспромтные видеобращения уравнивали серьёзные рассуждения учёных и экспертов. Анализ ценности коллекции и значимости музея в мире с помощью включения в эфир житейского взгляда, представленного непрофессиональным видео, сближал официальное событие в области культуры с радостью и эмоциями людей. Для привлечения широкой аудитории были записаны и размышления о Русском музее таких медийных персон, как Николай Цискаридзе, Иван Ургант, Николай Носков. Участниками эфира по скайпу стали писатель Дмитрий Быков, скрипач и дирижёр Сергей Стадлер.

Во время пандемии телеиндустрия переосмыслила использование в эфире бытовых каналов видеосвязи, таких как skype и zoom. К ним и раньше обращались, но в редких случаях, когда профессиональная съёмка была недоступна. В данной ситуации использование скайпа и даже несовершенство связи органично поддерживали идею исключительного момента, особого юбилея, который празднуется в удалённом режиме. Кроме того, приемлемость непрофессионального формата связи позволила расширить представительство статусных спикеров, сняв организационные ограничения по срокам и возможности профессиональной съёмки интервью. В подобном режиме участниками разговора о Русском музее стали директор Третьяковской галереи Зельфира Трегулова и директор Государственного Эрмитажа Михаил Пиотровский.

Раскрывая тему юбилея Русского музея, важно было сделать сопричастными с этой датой как можно большее число зрителей, вовлечь в просмотр максимальную аудиторию. Обычно, когда идёт прямая трансляция с места события, она неизменно привлекает аудиторию. Однако фактически мы сами моделировали наше событие, создавали собственный конструкт, опираясь на его содержательную концепцию и незаурядность. Вследствие того, что «скелет» предполагаемого телевизионного эфира из репортажной трансляции реальных событий распался, нужно было найти материал, который бы на подсознательном уровне связывал, сближал зрителя с повествованием в смысловом русле диалогов ведущей и экспертов. Результатом работы редакторской группы стало представление, что прочнее всего у широкой аудитории ГРМ ассоциируется с образами его шедевров. «Ангел златые власы», «Охотники на привале» Перова, «Девятый вал» Айвазовского, «Запорожцы пишут письмо турецкому султану» Репина, «Витязь на распутье» Васнецова, «Купчиха за чаем» Кустодиева и т. д. и т. д. – хрестоматийные полотна, знакомые по репродукциям и учебникам, а также названия картин, ставшие крылатыми выражениями, характеризующими житейские ситуации, – это именно то, что может восприниматься аудиторией как что-то родственное, понятное и связывающее их лично с Русским музеем. И наряду с эксклюзивной возможностью попасть музей в момент его полного закрытия с помощью телевидения, телеэфира авторы подкрепили необходимость этого контакта, «визита» встреч с близкими, хорошо знакомыми образами, проигнорировать которые невозможно. Все эти шедевры хранятся в Русском музее. И они вызывают реакцию, эмоциональный отклик на интересные факты о картине, которую видел, узнаёшь, однако можешь и не помнить или не знать, чем она знаменита. 26 картин были представлены в виде эффектных коротких роликов о произведении продолжительностью 30–40 секунд, озвученных голосом известного петербургского артиста Николая Бурова. И это ещё одна смысловая и жанровая линия, отмеченная особыми средствами выразительности, которая вошла в телевизионный конструкт культурного события и стала одним из опорных элементов его архитектуры.

Базовым документом для разработки смысловых линий, анализа готовых сюжетов, сопоставления необходимых тем и наличия материалов, раскрывающих проблематику различными выразительными средствами, является сценарный план. Он многократно пересматривается, анализируется по готовности сюжетов и получения договоренностей со спикерами. Итоговым документом многоуровневой подготовительной работы, объединяющей конструктивные линии, такие как телемост, истории картин, прямые включения экспертов, сюжеты об истории и зданиях ГРМ, поздравления, является вёрстка программы. Именно по этому подробнейшему плану и проводится прямой эфир. Рассмотрение вёрстки программы наглядно демонстрирует, что плотное переплетение эпизодов программы продумано и выстроено посекундно. Мы считаем важным сделать на этом акцент, поскольку событие, происходящее в прямом эфире и опирающееся на преимущества прямого репортажа, технологию прямого эфира, было полностью сконструировано, а результатом эфира стал рейтинг программы – самый высокий из всех программ телеканала за неделю, в 3 раза превышающий среднюю долю телеканала.

Таким образом, можно предположить, что выбранная авторами модель подхода к производству этой культурно-просветительской программы, проработка материала в соответствии с опытом проведения прямых трансляций, законами драматургии, выверенная смена тем, визуальных и жанровых решений, позволяют влиять на привлекательность культурно-просветительских программ. Здесь мы имеем дело с показательным примером трансформации жанра. Более того, подобный телевизионный конструкт культурного события показывает себя универсальным продуктом, поскольку его качество в сочетании с выбранной продолжительностью эпизодов, темпоритмом обеспечили программе высокие просмотры в Сети – параллельно её транслировали аккаунты Русского музея и телеканала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Резюмируя анализ успешно реализованного проекта культурно-просветительской

программы «Русский музей. 125 лет», мы пришли к следующим выводам:

- культурно-просветительский контент для телевидения должен создаваться с учётом актуальных ожиданий аудитории. При его создании может быть использован опыт производства востребованных зрителем трансляций массовых событий, которые существуют в информационном поле, например, День города, День Победы, День ВМФ и др.). Как и в случае с указанными примерами, культурно-просветительские программы могут развивать жанр прямой трансляции или телемоста, используя дополнительные материалы и смысловые линии, расширяющие возможности представления темы;

- практический опыт создания специальных проектов культурно-просветительской тематики на телеканале «Санкт-Петербург» и выпуск нескольких программ, развивающих жанр телемарафона и телемоста, таких как «День Эрмитажа на телеканале «Санкт-Петербург», «Русский музей. 125 лет», «PRO чтение» (Книжный салон) и др., показывает, что характеристики этого телепродукта обладают характерными особенностями производства, требуют глубокой коммуникации с партнёрами как при подготовке, так и в суммировании аудиторий. Поэтому подобный формат нуждается в собственном обозначении, и мы называем его **телевизионным конструктом культурного события**;

- важнейший фактор, который повлиял на формирование телевизионного конструкта культурного события, – это условия, возникшие в связи с пандемией коронавируса. Обстоятельства, требующие мгновенных реакций при создании программ на фоне ограничений по эксплуатации студий, организации съёмки, доступности спикеров, требований соблюдения мер безопасности – всё это оказало воздействие не только на особенности работы технического и творческого персонала, но и повлияло на драматургию и визуальные решения проекта;

- предполагаем, что **телевизионный конструкт культурного события** как модель создания актуального контента, опирающаяся на телевизионные технологии производства, а также развивающая сотрудничество с культурными институциями и объединяющая аудитории телеканала, орга-

низации-партнера и сетевых ресурсов обеих сторон, может быть в дальнейшем более глубоко разработана как пример трансформации телевизионных жанров и базовый формат для производства программ культурно-просветительской тематики.

Неоспоримым выводом для нас является необходимость как дальнейшей разработки понятия «телевизионный концепт культурного события», так и его действительного использования в практике подготовки и выпуска значительных культурно-просветительских телепроектов.

Список источников

1. Телевизионная журналистика / под ред. Ю.И. Долговой, Г.В. Перипечиной. М.: Аспект Пресс, 2019. 208 с.
2. Шестеркина Л.П., Николаева Т.Д. Методика телевизионной журналистики. М.: Аспект Пресс, 2012. 224 с.
3. Муратов С.А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения. М.: Изд-во Юрайт, 2021. 240 с.
4. 40 мнений о телевидении: (Зарубежные деятели культуры о телевидении) / сост. Н.А. Голядкин. М.: Искусство, 1978. 255 с.

References

1. Dolgova Y.I., Peripechina G.V. (eds.). *Televizionnaya zhurnalistika* [Television Journalism]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2019, 208 p. (In Russian).
2. Shesterkina L.P., Nikolayeva T.D. *Metodika televizionnoy zhurnalistiki* [Methods of Television Journalism]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2012, 224 p. (In Russian).
3. Muratov S.A. *Televizionnaya zhurnalistika. Televideniye v poiskakh televideniya* [Television Journalism. Television in Search of Television]. Moscow, Urait Publ., 2021, 240 p. (In Russian).
4. Golyadkin N.A. (compiler). *40 mneniy o televidenii: (Zarubezhnyye deyateli kul'tury o televidenii)* [40 Opinions about Television: (Foreign Cultural Figures about Television)]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1978, 255 p. (In Russian).

Информация об авторах

Ильченко Сергей Николаевич, доктор филологических наук, профессор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: [0000-0002-7301-2013](https://orcid.org/0000-0002-7301-2013), s.ilchenko@spbu.ru

Вклад в статью: идея исследования, описание и обобщение эмпирического опыта, анализ реализованного проекта, написание и редактирование статьи.

Разина Ольга Александровна, заместитель генерального директора по производству тематических программ и специальных проектов, АО «Городское агентство по телевидению и радиовещанию» (Телеканал «Санкт-Петербург»), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, editor@iskusstvo.tv

Вклад в статью: описание практического опыта создания телевизионного проекта, разработка модели, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Статья поступила в редакцию 01.11.2021
Одобрена после рецензирования 17.02.2022
Принята к публикации 24.02.2022

Information about the authors

Sergey N. Ichenko, Doctor of Philology, Professor of Institute "School of Journalism and Mass Communications", Saint Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation, ORCID: [0000-0002-7301-2013](https://orcid.org/0000-0002-7301-2013), s.ilchenko@spbu.ru

Contribution: study idea, empirical experience description and generalization, implemented project analysis, manuscript drafting and editing.

Olga A. Razina, Deputy General Director for the Production of Thematic Programs and Special Projects, JSC "City Agency for Television and Radio Broadcasting" (TV channel "Saint Petersburg"), St. Petersburg, Russian Federation, editor@iskusstvo.tv

Contribution: description of practical experience of creating a television project, model development, manuscript part text drafting.

There is no conflict of interests.

The article was submitted 01.11.2021
Approved after reviewing 17.02.2022
Accepted for publication 24.02.2022