Светлана Андреевна Петрова

Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации (Санкт-Петербург)

siversl@yandex.ru

**О специфике представления культурных ценностей в региональной прессе (на материале информации об Эрмитаже)**

Исследование выполнено в рамках инициативной НИР СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ «Эрмитаж как интерфейс национальной идентичности».

Рассматриваются особенности отражения культурной жизни города на страницах регионального издания в контексте формирования национальной идентичности и трансляции аксиологических аспектов с использованием современных приёмов инфотейнмента. В качестве материала исследования используются статьи из городской газеты «Петербургский дневник» об Эрмитаже.

Ключевые слова: культурные ценности, национальная идентичность, инфотейнмент, Эрмитаж, региональная пресса.

Региональная пресса на современном этапе развития СМИ в России не только стала одним из значимых факторов эволюции сферы деятельности журналиста, но и занимает активную позицию в формировании общественного мнения, городской среды, гражданской платформы и информирования жителей [2]. Например, таким значимым изданием стала газета «Петербургский дневник». Название уже подчёркивает региональность и приоритеты публикаций. В то же время в нём актуализируется и ориентация издания на повседневность, на фиксацию не только важнейших исторических событий, но и обыденных фактов, получающих при этой фиксации определённую ценностную нагрузку.

В частности, в контексте отражения культурной жизни города сообщается информация о событиях, происходящих в разных музейных пространствах. Центральным среди них, безусловно, является Эрмитаж. Но при упоминании музея кроме официальных мероприятий на страницах газеты также появились и факты будничного характера. Например, публикации об эрмитажных котах в номерах: от 08.08.2023 г. «В честь Всемирного дня кошек хвостатых жителей Эрмитажа пообещали почесать за ушком», от 01.03.2023 г. «Эрмитажные коты в свой праздник получили комфортабельный домик», от 05.01.2023 г. «“Квартет И”, новая Алиса Селезнева и эрмитажные коты: самые ожидаемые премьеры российского кинематографа» и др. [3]. Согласно одной из легенд, котов во дворце завела Екатерина Великая для борьбы с мышами.

С одной стороны, информация о котах включает в себя определённый развлекательный компонент. Ведь коты – домашние животные, а не музейные экспонаты Эрмитажа. Но с другой стороны, они тесно связаны и с более древними образом сфинксов, которые стали уже определённым знаком города, например, как памятники на набережной Невы. В городе насчитывается 27 таких монументов, не считая барельефов на стенах зданий. В то же время в Эрмитаже есть знаменитый и часто посещаемый Египетский зал, в котором также можно найти и статуэтки кошек. И хотя зал был официально представлен в 1940 г., его экспонаты уже имели длительную историю присутствия в России с XVIII в.

В данном случае журналисты активно используют и эмоциональный компонент, собственно развлекательный и исторический, связанный с народной памятью в аспекте воздействия, представляя архетипический образ сакрального животного. Можно констатировать использование приёма инфотейнмента в данных журналистских текстах.

Как отмечают Н. А. Захарченко и Т. В. Карелова: «Инфотейнмент позволяет донести любую информацию в игровой форме, используя простой язык, понятный любому человеку» [1: 103]. Таким образом, с помощью инфотейнмента происходит соединение культурного и эмоционального начал в текстах статей, посвящённых, в нашем случае, котам Эрмитажа. Как отмечает А. Н. Саблина: «Инфотейнмент позволяет обеспечить привлечение и удержание внимание зрителя, и, более того, само понятие может быть рассмотрено не только в качестве журналистского метода работы с новостью, но и в более широкой плоскости – культурного феномена» [4: 43].

Необходимо также обозначить и аксиологическую направленность данных публикаций – речь идёт о нескольких ценностных элементах культурной, экологической, гуманистической направленности. С одной стороны, представлена забота о животных, а с другой стороны – привлекается внимание к культурному пространству, происходит воздействие на читателей с опорой на историческую память и архетипические образы. Музей становится одним из значимых атрибутов повседневной жизни, что влияет в целом на общественное сознание, облагораживает и направляет горожан на путь развития значимых онтологических ценностей.

Литература

1. Захарченко Н. А., Карелова Т. В. Инфотейнмент как перспективный способ презентации видеоинформации // Вестник Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. 2021. Т. 1. №. 4 (36). С. 102–111.

2. Клеменова Е. Н., Федосеева Н. И. Роль региональных СМИ в формировании городского сообщества // Неофилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 979–988. DOI 10.20310/2587-6953-2023-9-4-979-988.

3. Петербургский дневник. 2023–2024 гг. URL: <https://spbdnevnik.ru/>.

4. Саблина А. Н. Становление понятия инфотейнмент в работах отечественных исследователей // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2014. № 10 (1). С. 41–43.