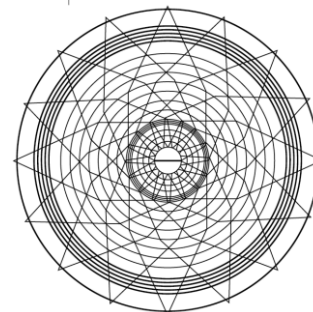




КАК СЕЛЬСКИЕ ЖИТЕЛИ ИСПОЛЬЗУЮТ МЕДИА?¹

Петрова Е.В.

кандидат филологических наук, доцент Национального исследовательского университета Высшая школа экономики (Москва, Россия)

evpetrova@hse.ru

Шалонская Е.В.

студентка бакалаврской программы «Журналистика» Национального исследовательского университета Высшая школа экономики (Москва, Россия)

evshalonskaya@edu.hse.ru

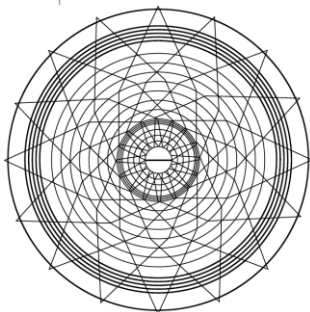
Аннотация:

Статья опирается на эмпирическую базу, собранную во время экспедиции в село Глазок Тамбовской области в сентябре 2018 г. Анализ полевых материалов проводился с использованием системы Atlas.ti. В статье отмечено, что для жителей Глазка наиболее значимы две медийные технологии — это телевидение и интернет. В телесмотрении продолжают многие практики, сформировавшиеся еще десятилетия назад. Интернет дает возможность не только увидеть то, что выходит из границ привычного сельского мира. Он дает возможность высказываться публично. Это во многом новая практика для сельских жителей России.

Ключевые слова: медиа, сельские жители, контент, телевидение, интернет

По данным Росстата, чуть более четверти населения России является сельским (Росстат 2018). Существующие официальные определения понятий городского и сельского не являются исчерпывающими. «По существу мы часто имеем дело не с двумя противоположностями, которыми кажутся крупный город и деревня, а с единой системой расселения с массой типов переходных населенных пунктов, где каждый следующий тип убавляет сельские черты и добавляет городские» (Нефедова 2013: 19). При этом исследователи отмечают, что в России есть достаточно многочисленное «скрытое сельское население», которое официальной статистикой причисляется к городскому (Зубаревич 2016: 104).

¹ Публикация подготовлена в ходе проекта «Медиа в сельской России: технологии, практики, эффекты» (№19-04-041) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)» в 2019 году и в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации «5-100».



[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?

Исследователей медиа, как правило, гораздо больше интересуют городские жители. Однако, учитывая специфику российской территории, диффузию городского и сельского, миграционные процессы, такой ракурс оставляет невидимой значительную часть аудитории медиа (Петрова 2016 а). Представленное в этой статье исследование сфокусировано на изучении опыта использования медиа сельскими жителями. Мы предполагаем, что в этих процессах есть определенная специфика, связанная с особенностями исследований в сельской местности. Значимой базой в этом направлении для нас стали исследования, проводившиеся под руководством Т. Шанина (Шанин, Никулин, Данилов 2002). В то же время мы допускаем, что выявленные особенности характерны не только для взаимодействия сельского населения с медиа, но, возможно, они обозначают специфику актуальных в целом тенденций.

Статья опирается на эмпирическую базу, собранную во время экспедиции в село Глазок Тамбовской области в сентябре 2018 г. (N — 39)². Однако контекст темы значительно шире. В 2012 году Лабораторией медиаисследований начат проект по изучению медиапотребления российского села. В разных проектах тема продолжала жить. Экспедиция в Тамбовскую область стала пятым проектом, изучающим медиа в сельской России³. На начальном этапе исследователи в основном фиксировали специфику сельского медиапотребления: кто и что смотрит/слушает/читает (например, Davydov, Logunova, Petrova 2014); потом пытались понять, в какой системе это происходит (например, Кирия, Новикова 2015; Чумакова 2015, Петрова, 2016 b).

С точки зрения теоретических подходов, данное исследование тяготеет к направлению медиаэтнографии. Мы рассматриваем собранные эмпирические данные в контексте исследований Д. Морли (Morley 1986), С. Ливингстон (Livingstone 2007), М. Мадияну, Д. Миллера (Мадияну, Миллер 2018). Эти тексты дают возможность увидеть, как менялась роль медиа в жизни людей. Исследование Д. Морли проводилось в период, когда доминирующей медийной системой было телевидение, в монографии фиксируется его значимая роль в семейной интеракции. В статье С. Ливингстон роль телевидения видится иначе: автор обращает внимание на то, что от семейных просмотров люди перешли к индивидуальному использованию телевидения. Для исследователей интернета такое использование медиа является основным (Rainie, Wellman 2012). На современном этапе медиаисследователи ставят вопрос о том, как обозначить современную систему, в которой есть множественные возможности использования медиа. Так М. Мадияну, Д. Миллер предлагают термин «полимедиа». «Полимедиа — это не просто среда; это то, каким образом

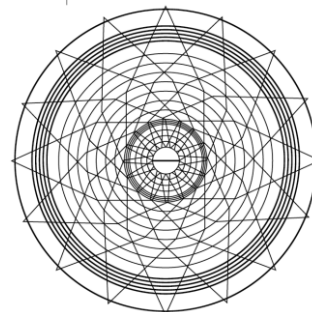
² Экспедиция была проведена в рамках проекта НИУ ВШЭ «Открываем Россию заново» (руководители экспедиции — Варвара Чумакова и Надежда Адемукова).

³ Ранее (с 2012 года) были проведены экспедиции в села Костромской, Ростовской, Иркутской областей, Республики Татарстан.

[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?



используются возможности различных коммуникационных средств... Мы утверждаем, что этот выбор сам по себе может быть понят как сообщение» (Мадьяну, Миллер 2018: 339).

В предлагаемой статье мы попытались зафиксировать, как сельские жители используют медиа, на материале экспедиции в село Глазок (Тамбовской области). Как отмечает В. И. Ильин, «для качественных исследований характерно сильное стремление понять события, поведение в их контексте. Этот принцип называют контекстуализмом. Он почти неотделим от другого принципа качественных исследований — холизма» (Ильин 2006: 16). Это означает, что собираемые данные могут быть поняты только в более широком социокультурном контексте (Ильин 2006). В данной статье мы предлагаем рассмотреть собранный эмпирический материал в социокультурном контексте села.

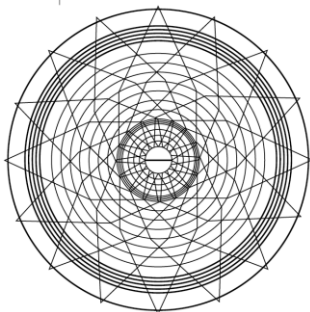
Описание села, в котором проводилось исследование

Село Глазок было основано в 1637 году. С середины XIX века начался резкий рост населения села. В начале XX века население села достигло семи тысяч человек. Большая часть жителей занималась сельским хозяйством, был образован колхоз «Заречье». С 30-х годов численность населения начала резко падать. Уже к концу 40-х она достигла уровня конца XIX века. Причинами этого стали, во-первых, коллективизация (во временной период с 1932 до 1939 количество жителей резко сократилось почти на 1,5 тысячи человек). Во-вторых, Великая Отечественная война: на фронт были призваны около двух тысяч мужчин, а возвратилась с него только половина из них (Официальный сайт администрации Мичуринского района, Глазковский сельсовет 2019).

В 1959 году проводилось укрупнение районов Тамбовской области, вследствие чего Глазковский район упразднили. В то же время происходило укрупнение колхозов. В Глазковском районе объединили 38 населенных пунктов и сократили количество колхозов с 66 до 17. В 1961 году был образован совхоз «Глазковский». Это было довольно крупное сельскохозяйственное предприятие. Несмотря на то, что совхоз расформировали, о нем сельские жители часто рассказывали в интервью, вспоминали, какое значение имел совхоз для селян.

В 2010 году в Глазке проживало около 1,3 тысяч человек (Итоги Всероссийской переписи населения 2010 года 2011). Большинство мужчин из Глазка работают в Москве, реже — в Тамбове. Они ездят туда на вахту, а потом возвращаются к семьям. Мичуринск в большинстве случаев не рассматривается сельскими жителями как место, где можно зарабатывать. Но там жители села делают покупки, получают медицинские услуги, среднее специальное и высшее образование.

В Глазке есть как коренные жители, так и те, кто переехал из соседних сел, областей или стран. Для жителей Глазка представляют значимость три города — Мичуринск (31 км), Тамбов (87 км) и Москва (400 км). К первым двум городам глазковцы чувствуют «близость», воспринимая их как «местное». Упоминания же



[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?

респондентов о Москве часто содержат в себе мотивы «отчужденности» и порой раздражение:

— *Че нам Москвой-то интересоваться. Они нам нужны? Они от нас далеко. Нам*

неинтересно, чего они там делают. Это ихние проблемы (женщина, 45 лет).

— *Есть у нас тут такие, с Москвы приезжают. Ты им сделаешь работу, а они уехали, да еще с твоим инструментом. Сейчас вон половина Глазка с Москвы приехавшие.*

И: А зачем они в Глазок приезжают?

— *Так они в Москве живут, а сюда приезжают повыделываться, по шее получить (мужчина, 46 лет).*

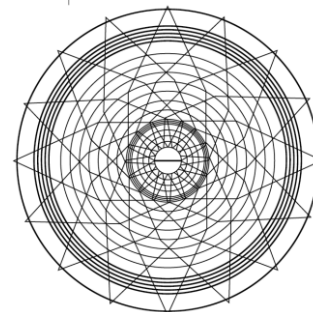
— *По всем каналам, какой ни включи: Москва, Москва. Про нас не будут рассказывать. Там поглавнее есть (женщина, 91).*

Когда проходила экспедиция, в селе завершалось восстановление церкви. Это значимое событие для сельской жизни. Церковь села Глазок была построена прихожанами в 1893 году. В 30-е годы XX века ее разрушили. В интервью один из респондентов отметил: «Уж слишком сильна была здесь религия, оттого и разрушили церковь» (мужчина, 62–63 года). 31 августа 2008 года в селе начали возведение новой церкви. Большинство жителей приняли в этом участие и сделали пожертвования на строительство. О церкви в интервью рассказывали не только православные жители села, но и протестанты, старообрядцы. Интересно, что многие верующие жители, сдававшие деньги на церковь, в интервью с ностальгией вспоминали СССР.

В селе находится Глазковская средняя общеобразовательная школа. Она была открыта в 1936–37 годах на базе семилетней школы крестьянской молодежи. Это одна из старейших школ Мичуринского района⁴. В 2017–2018 в глазковскую школу приехали педагоги программы «Учитель для России» и пригласили в 2018 году временную школу технологий «Кружок», в рамках которой был создан первый сайт села — <https://russia.kruzhok.io/>. Это послужило поводом для приезда телевидения в Глазок. Такие события стали важными для жителей Глазка. Как отмечали респонденты, «село ожило», «стало больше движения тут», «поинтереснее у нас стало» и т. д.

В этой части мы попытались показать, как много идентичностей сочетается в социокультурной системе одного села. Однако при этом практики использования медиа селянами очень схожи. Медиа является объединяющим фактором, особенно это характерно для старшего поколения. Далее мы поясним этот тезис подробнее, но сначала дадим характеристику эмпирической базе, с которой мы работали.

⁴ Глазковский филиал имени Героя Советского Союза Н. Н. Шерстова МБОУ Кочетовской СОШ. История школы. URL: http://glazok.68edu.ru/?page_id=78 (дата обращения: 22 февраля 2019).



Об эмпирической базе

В рамках экспедиции были собраны глубинные интервью (число респондентов — 39). Гендерный состав респондентов: 25 женщин, 14 мужчин.

Возрастной состав респондентов:

- 16 респондентов старше 50 лет;
- 7 респондентов в возрасте от 35 до 45 лет;
- 16 респондентов не достигли 35 лет.

На эмпирических данных этой экспедиции мы опробовали систему, которую предполагаем использовать для обработки данных более крупных проектов. Все интервью были расшифрованы и обработаны в системе Atlas.ti. После первичного анализа эмпирической базы была разработана система из 17 кодов. Эмпирическая база закодирована и проанализирована с применением аналитического инструментария выбранной системы.

Для данной статьи наиболее продуктивными оказались коды двух групп. Первую группу кодов мы условно назвали «технологические» (характеризуют технологию / тип медиа): кино, телевидение, интернет, чтение, радио, музыка, телефон, фотография, печать. Вторая группа получила условное название «характеризующие коды» (о том, что и как говорят респонденты о медиа). Примеры таких кодов — контент-описание, контент-отношение, практики-описание, практики-отношение, репрезентация. Далее мы работали как с каждым кодом отдельно, так и с сочетаниями разных кодов из двух групп.

Результаты исследования

Характеристику результатов исследования начнем с наиболее редко встречающихся технологических кодов — это печать и радио. Опыт чтения книг описывают только несколько респондентов. Читают по рабочей или учебной необходимости (учителя, студенты, библиотекарь и т. д.). Респонденты рассказывали о том, что читают зимой «что-то легкое», «для души». В основном о своем опыте чтения книг респонденты рассказывают в прошедшем времени.

— Скажите, пожалуйста, сколько у вас книг дома?

— Книг не пересчитаешь.

— А вы их читаете?

— Я уже отчитал свое (мужчина, 62 года).

Интересно, что некоторые респонденты рассказывали, что любят читать, но на следующих этапах разговора выяснялось, что книг у них дома почти нет или они хранят их, например, на чердаке:

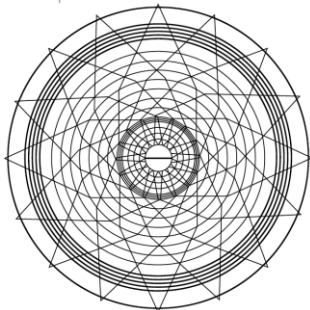
— А книжки откуда берете?

— У меня книг много, у меня там склад...

— Примерно сколько у Вас книг?

— Сама не знаю, на чердаке в коробках они (женщина, 58 лет).

В домах респондентов участники экспедиции встречали такие издания, как «Наше слово», «Ваши 6 соток», «Вестник «ЗОЖ», «Хозяюшка», «1000 советов»,



[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?

«Ярмарка». Девятнадцать респондентов упомянули о том, что иногда читают газеты или журналы. Однако стоит отметить, что делают они это лишь время от времени, мало внимания уделяя чтению. Само описание этих практик указывает на их малую степень включенности в жизнь респондентов. О газетах и журналах говорят: *«иногда просматриваю», «погляжу время от времени», «почитываю, когда время есть»* и т. д. Несколько респондентов сообщили, то выписывают местную газету, поскольку *«заставляют выписывать»*. Респонденты отмечали, что газету получают, но читают далеко не всегда.

— *«Наше слово» мы выписываем все.*

— *А читаете?*

— *Я не читаю. Я ее выписываю и складирую (мужчина, 33 года).*

Еще один довольно редкий технологический код — радио. Семнадцать респондентов рассказали о том, что слушают радио. В основном радио работает фоном в машине и на улице. Однако мало кто из респондентов может дать развернутую характеристику контенту, который слушает по радио. Кроме того, многие респонденты отмечали, что радио востребовано ими в связке с другими технологиями: телевидением и интернетом.

— *Вот если включаете радио, то бывают любимые исполнители?*

— *А это без разницы. Главное, чтоб песня была хорошая (мужчина, 45 лет).*

— *Через телевизор слушаю. «Радио Дача», «Дорожное радио». Ни дня без песни (мужчина, 62 года).*

— *Я открывала вклады, слушала... просто фоном... и я всегда понимала, что в мире происходит (женщина, 24).*

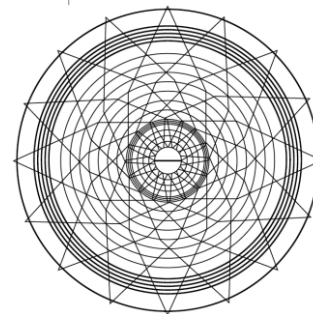
Самые распространенные технологические коды — телевидение, интернет. Очень близко к ним находится код кино, но его особенность в том, что он, как правило, встречается в сочетании с другими технологическими кодами. Телевидение смотрят все респонденты, интервью с которыми вошли в нашу эмпирическую базу. Но типы телесмотрения значительно отличаются.

Старшая группа респондентов довольно часто смотрит новостные программы и ток-шоу, в которых обсуждаются различные резонансные темы. Исследователи отмечают, что еще в конце 60-х — начале 70-х телевидение было привлекательно для молодежи. Значимой функцией системы СМИ характерной для селян В. Сесюнин называет «возможность пережить то, что нельзя пережить в обычной жизни» (Сесюнин 1971: 18). В книге 1971 г. Б. Фирсов отмечает: «После завоевания пространства и времени в жизни людей телевидение устремится вглубь. Уже сегодня человек организует многие элементы собственной жизни с учетом существования телевидения» (Фирсов 1971: 169). И. Фомичева приводит такие данные: «В 70–80-е годы аудитория СМИ приближается к 100%». (Фомичева 1987: 78). Именно телевидение вовлекло в эту систему тех, кто долгое время не входил в аудиторию средств массовой информации. Отметим, что для того периода телевидение было, как принято сейчас говорить, новым медиа. Наши респонденты 60+ это и есть та группа, которая вовлекалась в телесмотрение на

[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?



первых этапах. В современный период для этой группы телевидение остается главным медиа. Оно является и фоном для других практик, и основным способом провести досуг.

— А телевизор включаете когда?

— Я с ним сплю. Он у меня никогда не замолкает (мужчина, 62 года).

— А что еще смотрите?

— Что расскажут, то и глядим.

— А что рассказывают?

— Все говорят. Включим его, он там болтает и болтает, телевизор. Вот я ушла, а он там говорит, и в ночь говорит (женщина, 91 год).

Отметим, что старшая группа респондентов смотрит очень схожий набор телепрограмм. Разговор о контенте сводится к описанию эмоций, который он вызвал. Респонденты редко запоминают названия программ, имена ведущих, часто путаются в описании.

Иначе смотрят телевизор респонденты других возрастных групп. Для молодых людей телевидение гораздо реже включается как фон. Такое бывает, как правило, в ситуациях, когда кто-то из старших членов семьи вовлечен в подобную практику и молодой представитель семьи, не выбирая эту систему, тоже становится ее частью.

— Малахова смотрите?

— Раньше смотрел, а сейчас неинтересно.

— Раньше — это когда?

— Раньше — когда в вузе учился, в школе. Родители включают и тоже садишься, смотришь (мужчина, 26 лет).

— А вообще, если про юмор говорить, по телевизору юмористические передачи любишь смотреть?

— Да, сейчас даже скажу... «Кривое зеркало». По Первому, по-моему, все время идет... У меня родители смотрели, я с ними смотрела. И сейчас могу посмотреть. Конечно, не всегда на нее попадаю, могу пропустить эту передачу... (женщина, 20 лет).

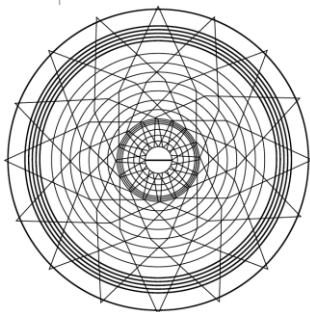
Отметим, что среди людей среднего и молодого возраста довольно часто встречается более негативное отношение к телесмотрению как к практике. Его характеризуют как «пустую трату времени», вынужденный досуг в отсутствии альтернатив.

— Просто в какой-то момент я училась, работала на двух работах, писала диплом, у меня просто физически не было времени тратить себя на телевизор. В итоге я просто перестала его смотреть (женщина, 24 года).

— Зимой как ваш обычный день проходит?

— Ну, со скотиной с утра, потом телевизор приходится смотреть (мужчина, 35 лет).

Респонденты всех возрастных групп редко смотрят телевизор совместно с другими членами семьи, друзьями. Представители старшего поколения вспоминали, что раньше смотрели телевизор всей семьей. Однако в период



[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?

экспедиции (2018 год) эта практика была уже практически утрачена. В домах респондентов часто несколько телевизоров. В гостиной стоит «главный» телевизор в доме. Его роль как бы напоминает нам время, когда телевизор был важной частью отношений в семье (Morley 1986) и члены семьи смотрели его вместе. Сейчас же чаще всего смотрят телевизор(ы) индивидуально. Такая индивидуализация использования телевидения отмечалась ранее (например, Livingstone 2007). На наш взгляд, это подготовило принятие индивидуальных технологий медиапотребления, которые наиболее характерны для следующих поколений⁵.

— У меня в доме два телевизора. Один у меня дедушка постоянно смотрит. И я краем уха слышу, что он там постоянно смотрит.

— А второй телевизор?

— А второй — мультики ребенок смотрит (женщина, 26).

— У Вас в доме один телевизор или несколько?

— У нас чуть ли не в каждой комнате. У каждого свой (женщина, 58 лет).

В статье «Депрессивное медиапотребление» отмечено, что сельские жители не меняют практики телесмотрения, а подстраивают их под свою картину мира (Кирия, Новикова 2013). Эмпирические данные, собранные в селе Глазок, в целом подтверждают это. Такой вывод характерен не только для телесмотрения, но и в целом для использования медиа в сельской среде.

Самым распространенным кодом в нашем исследовании оказался код интернет. В 2000-е годы в плотную систему медиапотребления, сформированную в селе, интернет стал входить постепенно. Более трети новых пользователей интернета в 2013 г. были жителями сельской местности, и максимальный среди всех типов населенных пунктов рост уровня проникновения интернета за 2013 г. был зарегистрирован именно в селах (6.7 процентных пунктов). По данным 2016 года, проникновение интернета в различных регионах практически сравнялось и составляет около 70%, в сельской местности — 60% (Развитие интернета в регионах России 2015). Проникновение интернета среди молодежи и людей среднего возраста близко к предельным значениям, и рост аудитории интернета происходит в основном за счет людей старшего возраста (Dnative 2019).

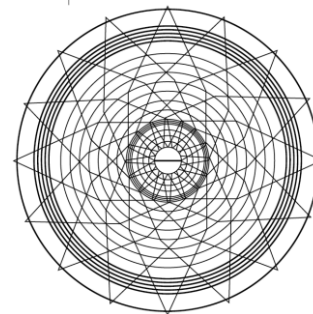
Респонденты используют эту технологию разнообразно. интернет вовлечен во многие сферы жизни: общение с семьей, поиск информации о медицинских проблемах, материалов для образования, выбор товаров, выполнение рабочих обязанностей, досуг и т. д. Когда обсуждались резонансные события, на вопрос,

⁵ На наш взгляд, здесь уместно привести пример постепенного вхождения технологий в систему повседневных практик из материалов экспедиции в сельское поселение Гжельское Раменского района Московской области (октябрь 2019). Респондент (мужчина, 53 года) привык смотреть телевизор в спальне перед сном. Потом решил убрать телевизор из этой комнаты («в спальне надо спать»). Теперь перед сном он смотрит телепрограммы через планшетный компьютер (через приложения каналов). При этом на вопрос в одной части интервью — «Смотрите ли вы телевизор?» — он ответил: «Нет, не смотрю». А в другой части интервью подробно рассказывал о сохранившейся практике просмотра телепрограмм перед сном.

[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?



откуда вы это узнали, сельские жители отвечали, что «из интернета». Если есть свободное время, то «посижу» в интернете. Возникающие рабочие и бытовые вопросы тоже могут решаться с привлечением этой технологии.

Отметим, что важной особенностью взаимодействия сельских жителей с интернетом является следующее: сельские жители в основном потребляют интернет-контент, значительно реже участвуют в его создании. При том что сама технология дает возможности создания собственного контента, эти инструменты мало востребованы в изучаемой среде. На наш взгляд, это является примером «подстраивания» технологического инструментария под свое мировоззрение. М. Кастельс отмечал, что интернет не определяет, что следует людям делать или как им жить. Люди создают интернет, приспособлявая его к своим потребностям, интересам и ценностям (Кастельс 2004).

— Ой, соцсети я использую — громко сказано. Зашел домой, компьютер включил, они у меня вместе с интернетом автоматически включились. Посмотрел, что там. Если мне кто-то написал, если я увидел сразу, я отвечу, (мужчина, 33 года).

Респонденты проводят много времени во ВКонтакте, Instagram, Одноклассниках, Telegram, активно используют WhatsApp. Однако общаются в основном с ближним кругом, очень редко выбираясь за его пределы. Чикагский антрополог и социолог Роберт Рэдфилд пронизательно назвал крестьян «нерассуждающим большинством» (largely unreflective many) (цит. по Виноградский 2017: 37). Изучавший много лет сельскую Россию В. Виноградский отмечает, что с течением времени это самое крестьянское нерассуждение не изменилось. «Крестьяне по-прежнему в определенном смысле не рассуждают» (Виноградский, 2017: 37). Мы предполагаем, что в оптике нашего исследования обозначились некоторые особенности этого явления. Сельские жители (мы не называем их крестьянами, но предполагаем, что они носители многих крестьянских черт) рассуждают в узком кругу, не делая это достоянием публичной сферы. Возможно, поэтому в системе, где мы все больше знаем о мире из медиа, сельские жители — как минимум четверть нашей страны — так мало заметны.

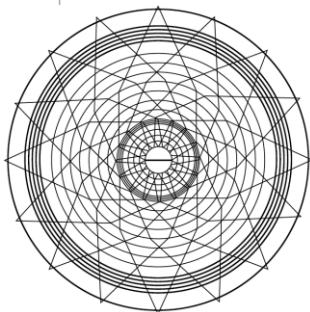
Одним из сильных смысловых кодов для нас оказался код репрезентация. В инструкциях кодировщикам мы трактовали его довольно широко: видит ли себя человек в медиа? Интересные результаты получились при сочетании нескольких кодов. Так оказалось, что репрезентация довольно редко встречается вместе с кодом телевидение. Телепередачи, скорее, выступают в системе антирепрезентации, то есть респонденты говорят, что не видят себя в телевизионной среде.

— По телевизору об этом не говорят?

— Нет. Ну, кто о нас будет говорить, мы никому не нужны (женщина, 53).

— А вот по телевидению, например, как считаете, достаточно говорят о селе?

— О селах вообще не говорят по телевидению (мужчина, 32).



[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?

— Все правду говорят, но вот насущные вопросы не решают. Мы про них говорим, но они про них молчат. Здесь скрывается очень многое (женщина, 57 лет).

С кодом репрезентации часто встречается другой код — кино. Именно фильмы стали основным видом содержания, в котором респонденты видят себя, свою жизнь, свои интересы и ценности. Большинству респондентов нравятся российские или советские фильмы. Именно в частях интервью, посвященных фильмам, респонденты всех возрастов были наиболее увлеченными рассказчиками.

— Почему вам так нравится кинематограф советский?

— Ну, там, знаете ... раньше жизнь... натуральная была. Как оно было, так и снимали, а не откуда-то... где-то фантазия какая-то (женщина, 61 год).

— А фильмы какие обычно смотрите?

— Мне больше нравятся такие старые фильмы.

— Советские?

— Да, советские. Про колхоз, ну, про жизнь. Вот мыльные оперы я не люблю (женщина, 26 лет).

Кино можно смотреть «по телевизору», можно «через интернет». В наших данных это отражено в сочетании кодов телевидение — кино, интернет — кино.

— А ты телевизор смотришь?

— Фильмы через интернет смотрю. Чаще сериалы какие-нибудь (мужчина, 18 лет).

На наш взгляд, это наблюдение интересно в контексте современных индустриальных тенденций. По данным TelecomDaily, суммарная выручка легальных онлайн-видеосервисов в России по итогам 2018 года составила 16,49 млрд руб. Прирост выручки за год составил 46,3% (Tadviser 2019). Эти данные — одна из иллюстраций тенденции роста видеоконтента в интернет-среде. Нам кажется важным отметить, что, вероятно, причина этого не только технологическая. В контексте нашего исследования понятно, что важные смысловые контексты (например, репрезентация) становятся взаимосвязанными с другой технологической средой, переходят от телевидения к интернету.

Отметим, что наши данные иллюстрируют специфику интернет-технологии как объединяющей среды. Код интернет очень редко остается без связки с другими кодами. Через интернет, как уже упоминалось, смотрят фильмы, размещают фото, слушают музыку и т. д.

— В Инстаграме что делаете?

— Смотрю, в основном, что у других происходит. Иногда что-то выложу: ребенка, себя, еду, цветы могу выложить, потому что мне цветы очень люблю. Если мне что-то понравится, если я что-то увидела красивое, сфоткаю, выложу там (женщина, 21 год).

— А ты музыку слушаешь как?

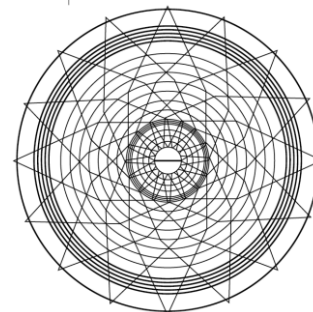
— Через ВКонтакте.

— А что делаешь, когда у тебя заканчивается лимит прослушивания?

[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?



— Я еще в Телеграме слушаю (мужчина, 18 лет).

Самые частые коды, которые связаны с интернетом (так же, как с телевидением) — коды практик. Телевидение сопровождает жизнь респондентов (фоновое потребление), или ему выделено отдельное время. Иногда повседневный ритм структурируется под ритм телевизионного контента — закончить дела пораньше, чтобы посмотреть любимый сериал, успеть вернуться с рыбалки к трансляции матча. интернет чаще пронизывает эту повседневность, входит внутрь этой системы, образует разные сочетания с традиционными практиками.

— А если по хозяйству нужен совет, что будешь делать?

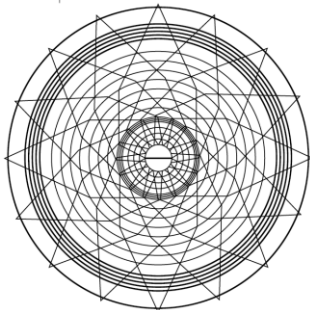
— Когда как. Когда маме позвоню, спрошу, как лучше сделать. Когда в интернете могу что-то вычитать для себя. Посмотреть, а сделать так же, но чуть по-другому (женщина, 20 лет).

Все жители села Глазок, интервью с которыми вошли в эмпирическую базу нашего исследования, имеют значительный опыт взаимодействия с медиа. В данном разделе мы попытались зафиксировать и проанализировать основные выявленные характеристики.

Выводы

В представленной статье мы выделили ключевые особенности использования медиа сельскими жителями села Глазок Тамбовской области:

1. Было выявлено, что наиболее значимы для селян две медийные технологии — телевидение и интернет. Использование телевидения часто является фоновым, смотрят малое число каналов и программ. интернет используют разнообразно. Технология вовлечена во многие сферы жизни селян.
2. Отметим, что разнообразие востребованного респондентами телевизионного контента значительно меньше, чем социокультурное разнообразие села. В оптике телесмотрения фрагментированная сельская среда выглядит более целостной.
3. Чаще всего респонденты видят отражение своей жизни в киноконтенте. интернет дает больше выбора такого контента и позволяет получить его в удобное время, это способствует росту использования интернета в сельской среде.
4. На материале экспедиции удалось проследить постепенный переход сельских жителей от практик семейного телесмотрения к телесмотрению индивидуальному, затем к индивидуальному использованию интернета.
5. На данном этапе сельские жители могут выбирать, когда и какую медийную технологию использовать. Этот выбор, с одной стороны, отражает специфику социокультурного контекста, мировоззрения сельских жителей, с другой стороны, он влияет на то, какой будет медийная система сельской России.



[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?

БИБЛИОГРАФИЯ

Виноградский, В.Г. (2017). «Голоса снизу»: дискурсы сельской повседневности. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС

Зубаревич, Н. (2016). Социальное развитие регионов России: проблемы и тенденции переходного периода, М.: Леналанд.

Ильин, В. (2006). Драматургия качественного полевого исследования, СПб.: Интерсоцис.

Итоги Всероссийской переписи населения 2010 года (2011). Том 1. Численность и размещение населения. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm (дата обращения: 18 февраля 2019).

Кастельс, М. (2004). Галактика Интернет, Екатеринбург: У-Фактория при участии издательства Гуманитарного университета.

Кирия, И., Новикова, А. (2013). Депрессивное медиапотребление (исследование телевизионных предпочтений сельских жителей). Вестник Московского университета, серия 10(5): 153–166.

Кирия, И., Новикова, А. (2015). Недоурбанизированная идентичность: компаративный анализ медиапотребления сельских жителей Костромской и Ростовской областей. Е. Г. Ясин (ред.) XV апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4-х книгах, М.: Издательский дом НИУ ВШЭ: 155–163. <https://doi.org/10.17323/1995-459x.2012.2.76.80>

Мадану, М., Миллер, Д. (2018). Полимедиа: новый подход к пониманию цифровых средств коммуникации в межличностном общении. Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены, 1: 334–356. <https://doi.org/10.17323/1995-459x.2012.2.76.80>

Нефедова, Т. (2013). Десять актуальных вопросов о сельской России: Ответы географа, М.: Ленанд.

Официальный сайт администрации Мичуринского района, Глазковский сельсовет (2019). Историческая справка Глазковского сельсовета. URL: <http://glazk.michrn.ru/history/> (дата обращения: 7 марта 2019).

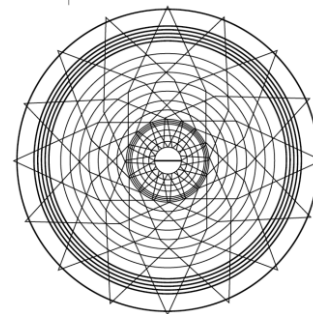
Петрова, Е. (2016 а). Диффузия городского и сельского: интерпретация пространства и времени в оптике медиаисследований. Ценности и смыслы, 3(43): 78–88.

Петрова, Е. (2016 б). Взаимовлияние медиаконтента и культуры повседневности сельского поселения Юга России: проблема нового времени и пространства. Обсерватория культуры, 1(1): 36–43.

[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?



Сесюнин, В. (1971). Сельская аудитория и ее отношение к средствам массовой информации и пропаганды, М.: Изд-во Московского университета.

Федеральная служба государственной статистики (2019). Раздел «Демография» («Численность и состав населения»). URL: <https://gks.ru/folder/12781> (дата обращения: 08 июля 2019).

Фирсов, Б. (1971). Телевидение глазами социолога, М.: Искусство.

Фомичева, И. (1987). Печать, телевидение и радио в жизни советского человека, М.: Изд-во МГУ.

Шанин, Т., Никулин, А., Данилов, В. (ред.) (2002). Рефлексивное крестьяноведение: десятилетие исследований сельской России, М.: МВШСЭН.

Яндекс (2016). Развитие интернета в регионах России. URL: https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_internet_regions_2016 (дата обращения: 10 июля 2019).

Davydov, S., Logunova, O., Petrova, E. (2014). Features of internet consumption in Russian rural settlements. Journal of Print and Media Technology Research, 3(2), 85–93.

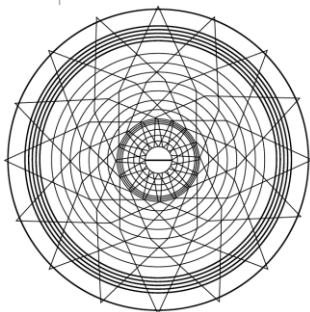
Dnative (2019). Проникновение Интернета в России: итоги 2018 года. URL: <https://dnative.ru/proniknovenie-interneta-v-rossii-itogi-2018-goda> (дата обращения: 08 июля 2019).

Livingstone, S. (2007). From family television to bedroom culture: Young people's media at home. In E. Devereux (Ed.), Media Studies: Key issues and Debates (pp. 302–321). London: Sage. URL: https://eprints.lse.ac.uk/2772/1/From_family_television_to_bedroom_culture_%28LSERO%29.pdf

Morley, D. (1986). Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure. London: Comedia.

Rainie L., Wellman B. (2012). Networked. The New Social Operating System. Cambridge, MA: MIT Press.

Tadviser (2019). Онлайн-видео (рынок России). URL: <http://www.tadviser.ru/a/242775> (дата обращения: 10 июля 2019).



[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?

HOW DO RURAL RESIDENTS USE MEDIA?

Petrova E.V.

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
at HSE (Moscow, Russia)

evpetrova@hse.ru

Shalonskaya E.V.

Student at "Journalism" Bachelor's Programme at HSE
(Moscow, Russia)

evshalonskaya@edu.hse.ru

Abstract:

The paper focuses on the research of the rural residents' interactions with the media. The research is based on an empirical base collected in the Russian settlement Glazok (Tambovskaya oblast). The authors noted that for rural residents the most important media technologies are the television and the Internet. The changing role of television in the rural environment was noted. It is shown how villagers use the Internet. The article highlights examples of how rural residents adjust media technologies to their worldview.

Keywords: media, rural residents, Internet, television

REFERENCES

Davydov, S., Logunova, O., Petrova, E. (2014). Features of internet consumption in Russian rural settlements. *Journal of Print and Media Technology Research*, 3(2), 85–93.

Dnative (2019). Pronikновение Interneta v Rossii: itogi 2018 goda. URL: <https://dnative.ru/pronikновение-interneta-v-rossii-itogi-2018-goda>

Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki (2019). Razdel «Demografiya» («Chislennost' i sostav naseleniya»). URL: <https://gks.ru/folder/12781> Firsov B. (1971) *Televidenie glazami sotsiologa*, M.: Iskusstvo.

Fomicheva, I. (1987). *Pechat', televidenie i radio v zhizni sovetskogo cheloveka*, M.: Izd-vo MGU.

Il'in, V. (2006). *Dramaturgiya kachestvennogo polevogo issledovaniya*, SPb.: Intersotsis.

Itogi Vserossiyskoy perepisi naseleniya 2010 goda (2011) Tom 1. Chislennost' i razmeshchenie naseleniya.

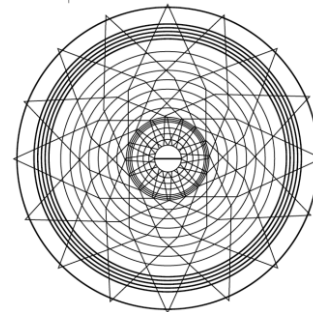
URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm

Kastel's, M. (2004). *Galaktika Internet*, Ekaterinburg: U-Faktoriya pri uchastii izdatel'stva Gumanitarnogo universiteta.

[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?



Kiriya, I., Novikova, A. (2013). Depressivnoe mediapotreblenie (issledovanie televizionnykh predpochteniy sel'skikh zhiteley). Vestnik Moskovskogo universiteta, seriya 10(5): 153–166.

Kiriya, I., Novikova, A. (2015). Nedourbanizirovannaya identichnost': komparativnyy analiz mediapotrebleniya sel'skikh zhiteley Kostromskoy i Rostovskoy oblastey. E. G. Yasin (red.) XV aprel'skaya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya po problemam razvitiya ekonomiki i obshchestva: v 4-kh knigakh, M.: Izdatel'skiy dom NIU VShE: 155–163. <https://doi.org/10.17323/1995-459x.2012.2.76.80>

Livingstone, S. (2007). From family television to bedroom culture: Young people's media at home. In E. Devereux (Ed.), Media Studies: Key issues and Debates (pp. 302–321). London: Sage.

URL:https://eprints.lse.ac.uk/2772/1/From_family_television_to_bedroom_culture_%28LSERO%29.pdf

Madianu, M., Miller, D. (2018). Polimedia: novyy podkhod k ponimaniyu tsifrovyykh sredstv kommunikatsii v mezhlchnostnom obshchenii. Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny, 1: 334–356. <https://doi.org/10.17323/1995-459x.2012.2.76.80>

Morley, D. (1986). Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure. London: Comedia.

Nefedova, T. (2013). Desyat' aktual'nykh voprosov o sel'skoy Rossii: Otveti geografa, M.: Lenand.

Ofitsial'nyy sayt administratsii Michurinskogo rayona, Glazkovskiy sel'sovet (2019). Istoricheskaya spravka Glazkovskogo sel'soveta. URL:<http://glazk.michrn.ru/history/>

Petrova, E. (2016 a). Diffuziya gorodskogo i sel'skogo: interpretatsiya prostranstva i vremeni v optike mediaissledovaniy. Tsennosti i smysly, 3(43): 78–88.

Petrova, E. (2016 b). Vzaimovliyanie mediakontenta i kul'tury povsednevnosti sel'skogo poseleniya Yuga Rossii: problema novogo vremeni i prostranstva. Observatoriya kul'tury, 1(1): 36–43.

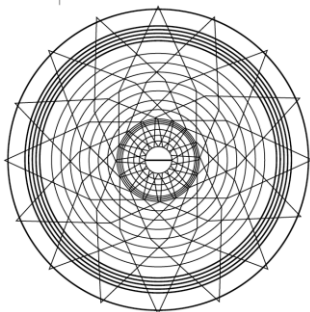
Rainie, L., Wellman, B. (2012). Networked. The New Social Operating System. Cambridge, MA: MIT Press.

Sesyunin, V. (1971). Sel'skaya auditoriya i ee otnoshenie k sredstvam massovoy informatsii i propagandy, M.: Izd-vo Moskovskogo universiteta.

Shanin, T., Nikulin, A., Danilov, V. (red.) (2002). Refleksivnoe krest'yanovedenie: desyatiletie issledovaniy sel'skoy Rossii, M.: MVShSEN.

Tadviser (2019). Onlayn-video (rynok Rossii). URL: <http://www.tadviser.ru/a/242775>

Vinogradskij, V.G. (2017). «Golosa snizu»: diskursy sel'skoj povsednevnosti. M.: Izdatel'skiy dom «Delo» RANHiGS



[Научные статьи]

Петрова Е.В., Шалонская Е.В.

Как сельские жители используют медиа?

Yandex (2014). Razvitie interneta v regionakh Rossii.
URL:https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_internet_regions_2016

Zubarevich, N. (2016). Sotsial'noe razvitie regionov Rossii: problemy i tendentsii perekhodnogo perioda, M.: Lenaland.