СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

И.В. Кирия, кандидат филологических наук, Ph.D., профессор факультета медиакоммуникаций, Лаборатория медиаисследований Центра фундаментальных исследований НИУ «Высшая школа экономики»; e-mail: ikiria@hse.ru

А.А. Новикова, доктор культурологии, профессор факультета медиакоммуникаций, Медиалаборатория ЦФИ НИУ «Высшая школа экономики» e-mail: anovikova@hse.ru

ДЕПРЕССИВНОЕ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ (исследование телевизионных предпочтений сельских жителей)

Статья представляет собой анализ результатов исследования специфики медиапотребления сельскими жителями многоканального телевидения. В работе доказывается, что вне зависимости от возраста и социокультурного статуса респонденты выбирают телевизионный контент, соответствующий их представлениям о мире. Эти представления свидетельствуют о том, что сельские жители находятся в состоянии социальной депрессии, при которой они становятся менее чувствительны к символической власти медиа. Для обозначения такого типа медиапотребления мы вводим понятие «депрессивное медиапотребление».

Ключевые слова: *медиапотребление, телевизионные предпочтения, социокультурный статус, социальная депрессия.*

The article presents the results of a television consumption survey of rural residents. We prove that people choose the TV content that corresponds to their mindset. This is true to people of all ages and socio-cultural statutes. These views suggest that the villagers are in a state of social depression — they tend to become less sensitive and more alienated towards symbols, values and conventions of the present-day media. Thus we introduce the term "depressive media consumption" that refers to this rural viewing pattern.

Key words: *media consumption, television preferences, socio-cultural status, social depression.*

Планируя полевое исследование, результаты которого представлены в этой статье, исследовательская группа исходила из часто артикулируемого мнения, что при кардинальном увеличении количества каналов телевидения аудитория столкнется с необходимостью принципиально изменить стратегии телесмотрения. Кроме того, расширение выбора телеканалов даст зрителям возможность выбирать между разными системами ценностей, пропагандируемыми телеканалами. В связи с этим предполагается, что это модернизирует сознание населения российской глубинки, ее социальные и потребительские практики, представления о прошлом, настоящем и будущем.

Наша базовая гипотеза пытается данный тезис опровергнуть, указав на то, что сельские жители адаптируют практики телесмотрения под свою картину мира, принципиально не меняя ее, и выбирают телевизионный контент, соответствующий их представлениям о мире.

Исследование было проведено в июне 2012 г. в населенных пунктах, входящих в сельское поселение Угоры (порядка 10 деревень с общим населением около 500 человек) Костромской области. В деревнях были опрошены члены 33 домохозяйств (коренных жителей региона), подключенных к многоканальному телевидению. Алгоритм выбора предполагал сплошной отбор домохозяйств, где, по внешним признакам (наличие параболической антенны), установлен цифровой спутниковый приемник.

Целью исследования был анализ изменений в привычках телесмотрения и выборе каналов у аудитории, получившей в последние несколько лет возможность выбора большего количества каналов благодаря подключению к спутниковому вещанию. В ходе экспедиции мы провели ряд глубинных интервью с членами домохозяйств различных возрастов. Кроме вопросов о медиапотреблении (любимых каналах, программах, жанрах, ведущих, времени, продолжительности и характере просмотра) им задавались вопросы об отношении к истории России, о ее настоящем и будущем, о перспективах для региона и их семьи, о ценностях, общих для всех людей и специфических для россиян. Ответы на эти вопросы стали для нас показателем уровня модернизации сознания аудитории.

Теоретическая база исследования

Изучение медиапотребления, и прежде всего многоканального телевизионного потребления в сельской местности, можно рассматривать в рамках четырех различных подходов. С позиций медиавоздействия [Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1947; Klapper, 1960; Katz, Blumler, 1974] мы можем говорить о том, что с расширением набора телеканалов, предоставленного благодаря спутниковому ТВ, увеличилась доступность более широкого набора культурных форм, что в свою очередь теоретически может расширять набор представлений жителей сельской местности об их повседневной жизни, о комфорте, быте, потребительских практиках и т.д. Либо наоборот — происходит адаптация телевизионного телесмотрения и выбора телеканалов к картине мира и представлениям сельских жителей (собственно в этом и заключалась наша гипотеза).

С точки зрения диффузии инноваций [Rogers, 1962; Tarde, 1993] можно утверждать, что сама по себе практика многоканального телесмотрения и установка соответствующего приемника (спутнико-

вой антенны) является элементом инновационного образа жизни или модернизации, а следовательно, само по себе такое устройство меняет быт и бытовые практики селян. Либо, наоборот, исходя из более поздних теорий, происходит конструирование применения технологии, которая адаптируется к образу жизни социальной среды, в которой она применяется.

Если рассматривать феномен с точки зрения отношений центр—периферия [Lerner, 1958; De Sola Pool, 1983], то сам по себе процесс проникновения многоканального телевидения и внедрения такой технологии можно воспринимать как своего рода экспансию или подчинение деревенских культурных практик городской среде. Особенно интересно, что концепт «модернизации», столь популярный в политическом дискурсе в нашей стране, включает в себя установку цифрового наземного многоканального вещания повсеместно (в том числе на селе). Следовательно, можно говорить и о неравномерности циркуляции информационных потоков между центром и сельской местностью, а также о нерепрезентативности сельского образа жизни в образах федерального телевидения. Или, наоборот, деревня сопротивляется такому натиску городской среды, адаптируя многоканальную технологию телевещания под свои сугубо сельские нужды.

Наконец, рассматривая проблему с позиций cultural studies [Williams, 1961; Hoggart, 1957; Hall, Jefferson, 1977; Ang, 1989], мы можем говорить о том, что многоканальные телевидение, представленное преимущественно городскими и столичными каналами, представляет слепок городской культуры, проникающей в деревню. Следовательно, возникает столкновение двух культур: культуры городской и культуры сельской. В этом смысле интересно посмотреть, выражается ли данное столкновение в вытеснении одной культуры другой (ну, например, за счет проникновения в деревню транслируемой по телевидению городской «красивой жизни»: бытовых предметов, способов декорации жилища, приборов). Либо можно говорить о сопротивлении одной культуры (сельской) другой — заимствуемой через телесмотрение. Исходя из этого, интересны образы прошлого, социальная память, представления о прошлой жизни и их трансформации в условиях изменившейся доступности альтернативных точек зрения и взглядов (посредством доступа к тематическим, образовательным телеканалам). Может быть еще одна альтернативная ситуация: быт меняется независимо от многоканального ТВ в связи с тем, что городскую культуру «привозят» родственники и члены семей, работающие в городе. И в этом смысле установки могут меняться, но не под влиянием многоканального ТВ.

Группировка респондентов

Для нужд исследования респонденты были сгруппированы исходя из двух критериев: опыта жизни в Советском Союзе и социокультурного статуса домохозяйства.

Первый критерий: опыт жизни в СССР. В данном случае в качестве границы групп был выбран 1971 г. Такое решение было обусловлено датой развала СССР (1991). Рожденным в 1971 г. в это время было 20 лет. Если учесть, что трудовая деятельность у молодежи, занятой в сельском хозяйстве, начиналась достаточно рано (около 16 лет), то к 1991 г. у этой группы респондентов мог быть стаж работы 4 года и более. По нашему мнению, это необходимый минимум, позволявший составить собственно представление о «взрослой» жизни, обусловленной трудовой деятельностью в СССР, и оценивать ее преимущества или недостатки по сравнению с жизнью постсоветской.

Среди наших респондентов:

— 60 человек не имели опыта трудовой деятельности в СССР;

— 59 человек имели опыт трудовой деятельности в СССР.

Эти же группы мы оценивали как имеющие или не имеющие достаточного опыта телесмотрения в СССР. Очевидно, что группа респондентов моложе 1971 г. рождения тоже смотрела советское телевидение, но в силу возраста и отсутствия личного трудового опыта не могла оценивать соответствие того, что предлагал телеэкран, реальной жизни.

Второй критерий: социокультурный статус домохозяйства, измеряющийся технической и культурной оснащенностью (34 пункта в гайде). При этом нас интересовало не только наличие в домохозяйствах медиатехники (радиоприемника, музыкального центра, компьютера, стационарного и сотового телефонов, электронных книг и др.), определяющей характер и повседневные практики медиапотребления, но и общая техническая (холодильник, плита, стиральная и посудомоечная машины, туалет и др.) и культурная (библиотека, аудиотека, картины, иконы, фотографии в интерьере) оснащенность домохозяйства, позволяющая судить не только о доходах семьи, но и об их интересах, ценностях.

По нашей гипотезе, предметная среда, окружающая наших респондентов, может указывать на происходящие в сознании людей перемены или свидетельствовать о том, что этих перемен нет. Привычка к использованию устройств, облегчающих ведение домашнего хозяйства, таких как стиральная и посудомоечная машины, может свидетельствовать не только о доходах респондентов, но и об изменении их представлений о комфорте, свободном времени, роли женщины в семье и т.д. Наличие теплого туалета и ванной

в сельском доме (что было не традиционно для России XX в.) свидетельствует о модернизации сознания даже в том случае, если сам респондент не замечает этого процесса и не артикулирует его.

Анализ места всех этих вещей в интерьере (что фиксировалось с помощью фотографий, приложенных к отчетам наблюдателей) позволил нам поразмышлять о картине мира респондентов, о значимости в ней духовных и материальный аспектов жизни, ориентированности на прошлое или на настоящее и т.д. В ходе изучения мы сопоставили выводы исследователей, сделанные по результатам наблюдений за предметной средой, в которой обитают респонденты, с тем, как сами респонденты оценивают свою жизнь в ходе ответов на вопросы интервьюеров.

По результатам наблюдений анализируемые домохозяйства (33 штуки) были разделены на три группы по уровню технической и культурной оснащенности: низкий социокультурный статус домохозяйства — 8 домохозяйств (в домохозяйстве имеется 10 и менее наименований из всех трех групп предметов); средний социокультурный статус домохозяйства — 19 домохозяйств (11—20 наименований из всех трех групп предметов); высокий социокультурный статус домохозяйства — 6 домохозяйств (более 20 наименований из 34).

Сельские телезрители в интерьере

Для начала отметим общие для всех групп закономерности, не зависящие от уровня дохода членов домохозяйства, их возраста и технической оснащенности домохозяйства.

В первую очередь обращает на себя внимание то, что все домохозяйства оснащены холодильником и практически все (кроме одного) — электрической плитой и стиральной машиной. Очевидно, что эти предметы быта уже стали для сельских жителей не только привычными, но и необходимыми. Несмотря на то что рядом с домами или в подполе дома оборудованы погреба, без холодильника не обходятся даже семьи с низким достатком. Однако наличие в домохозяйстве бытовой техники не приводит к полному отказу от традиционных для сельской местности способов ведения хозяйства. Так, наряду с холодильником функционирует и погреб, а наряду с плитой и обогревающими устройствами в домах продолжают функционировать печи. Печами оснащены все (кроме одного) изученные домохозяйства, только в ряде случаев ими продолжают пользоваться, например, для приготовления пищи, в других — в печи готовят только животным. Кто-то обогревает дом с помощью печи, а другие используют ее только в исключительных случаях.

Из сравнительно новых технических устройств наибольшее распространение имеют мобильные телефоны. Хотя бы один мо-

бильный телефон (чаще несколько, у каждого члена семьи) есть в большинстве исследованных домохозяйств (кроме двух). Это, однако, не означает отказ от стационарной телефонной связи, которую продолжают использовать большинство опрошенных. Примечательно, что для большинства респондентов мобильный телефон является только средством связи (звонки или отправка sms). Никакие другие возможности современных мобильных телефонов — фотоаппарат, выход в Интернет, игры, плеер и т.д. — большая часть респондентов не использует.

Наиболее распространенным предметом из перечня культурного оснащения домохозяйства являются иконы. Они есть в 27 домохозяйствах из 33. Однако расположены они чаще всего не в полноценном иконостасе, а расставлены произвольно на полках и шкафах. Да и сами иконы обычно не старые, передающиеся по наследству, а современные, напечатанные на картоне или на бумаге (календари с иконами). В ряде случаев иконы вышиты самой хозяйкой по магазинным трафаретам. Наличие в интерьерах икон не может быть расценено как свидетельство религиозности хозяев. В ходе глубинных интервью никто из респондентов не оценивал телевизионный контент или происходящее в стране, используя религиозный дискурс и религиозную систему ценностей.

На втором месте по частоте встречаемости в домах находятся календари (они есть в 24 домохозяйствах из 33) и фотографии (есть в 23 домохозяйствах из 33). Причем фотографии, в отличие от икон, большей частью старые. На фотографиях старшее поколение хозяев дома в молодости, молодые люди в военной форме времен Великой Отечественной войны и т.д. Есть в домах и фотографии современные, на них дети и внуки, уехавшие жить в города. Фотографии висят на стенах на видном месте (часто над кроватью или столом в комнате), как это было принято в деревенских интерьерах в середине XX в. О своей молодости и об уехавших детях респонденты говорят и в интервью. Из этого мы делаем вывод, что в их сознании доминируют светские ценности, ядром которых является семья в ее традиционной форме.

На третьем месте — библиотеки (минимум 10 книг). Они есть в 22 домохозяйствах. Чаще всего составлены они без определенной системы и сформировались еще во времена СССР. Однако отказываться от них сельские жители не спешат, хотя многие признаются в том, что читать книги потребности нет. Наличие библиотеки в доме они объясняют учебной необходимостью (в домохозяйствах, где есть дети) и привычкой (выкинуть ненужные книги как-то неудобно). Книги в Интернете респонденты не скачивают. Электронных книг ни в одном домохозяйстве нет. Зато в большом количестве домохозяйств сохраняются видеотеки (20 домохозяйствах), аудио-

теки есть менее чем в половине домохозяйств (в 16 домохозяйствах). Из наблюдений и интервью мы делаем вывод, что образование и культура сохраняют для жителей села свою ценность, но это, скорее, следствие традиционной установки, чем активная потребность.

Наименее востребованным у респондентов оказалось радио. Радиоприемник (проводной, радиоточка) есть только в 4 домохозяйствах, а беспроводной в 14 домохозяйствах.

Домохозяйства низкого социокультурного статуса

Домохозяйства с низким социокультурным статусом состоят преимущественно из очень пожилых пенсионеров со средним и неполным средним образованием. Часть из них имеют детей, проживающих в городе и готовых помогать им материально (многие респонденты рассказывали о том, что спутниковое телевидение им оплатили и подключили родные). Возраст и привычки этих людей таковы, что они не хотят улучшения своего социокультурного статуса. Интерьеры их домов — типичные для советской деревни: очень старая мебель, старые обои или их нет вовсе, а бревенчатые стены покрашены краской, вязаные половички, постели часто отделены от основной части комнаты занавесками. В 6 из 8 домохозяйств есть иконы, однако в разговоре о своей религиозности эти люди не упоминают, хотя в их деревне находится реставрирующийся храм, в котором, хотя и не регулярно, совершаются богослужения.

Одежда, которую носят респонденты, тоже очень старая, ветхая. Женщины одеты в халаты, на голове может быть платок. Мужчины часто в старых военных рубашках или в одежде, стилизованной под военную. При этом большинство из них не жалуются на бедность, утверждая: «Нам хватает денег на еду и одежду, но было бы трудно купить холодильник и/или стиральную машину без привлечения заемных средств». И лишь две семьи оценили свое положение: «Нам хватает денег на еду, но покупка одежды — серьезная проблема для нас».

Как уже было сказано, «тарелки» этим людям подарили дети, либо они поставили их потому, что все вокруг начали ставить. Мера эта была вынужденная, так как без нее телевизор плохо показывал, а для них телесмотрение — единственный способ заполнения большого досуга. Книги они почти не читают, частично потому, что таков их уровень культуры, частично в связи с возрастными проблемами зрения. Библиотеки есть только в 2 домохозяйствах из 8. Аудиотеки и видеотеки нет ни в одном. Соответственно нет ни музыкальных центров, ни видеомагнитофонов, ни компьютеров. Из современных технических устройств — только сотовые телефоны, с помощью которых они связываются с детьми, живущими в городе.

Домохозяйства высокого социокультурного статуса

Вторая немногочисленная группа — шесть домохозяйств высокого уровня технической и культурной оснащенности. Их состав разнообразен, так что мы считаем нужным привести их полностью.

Домохозяйство № 3: две женщины 82 и 60 лет (мать и дочь), образование — среднее специальное и высшее. Это москвички, переехавшие в деревню на постоянное место жительство после выхода дочери на пенсию.

Домохозяйство № 6: муж и жена 51 года, образование — среднее специальное. По специальности — лесничий и учительница.

Домохозяйство № 7: муж 47 лет, жена 37 лет и ребенок 10 лет. Образование — среднее, среднее специальное и неполное среднее. Водитель, учительница, школьник.

Домохозяйство № 15: муж 43 года, жена 36 лет и три дочери — 14, 12, 10 лет. Образование — среднее специальное у взрослых (тракторист и доярка), у детей — неполное среднее (школьницы).

Домохозяйство № 17: муж 36 лет, жена 33 года, дети — 13 и 9 лет. Образование — высшее, среднее специальное, неполное среднее. Индивидуальный предприниматель, домохозяйка, школьники.

Домохозяйство №33: мужчина 50 лет, женщина 73 года (сын и мать). Образование — среднее специальное и неполное среднее. Мужчина не работает, имеет случайные заработки, мать — пенсионерка. (В состав домохозяйства респонденты включают еще 6 взрослых, не проживающих постоянно.)

Как видно из этого перечня, состав домохозяйств, выделяющихся технической и культурной оснащенностью, разнообразен, но преимущественно включает в себя людей среднего возраста (30—40 лет), со средним специальным и высшим образованием, часто с детьми школьного возраста. Есть среди представителей этой группы как городские жители, переехавшие в деревню и сохранившие городские привычки устройства быта, так и деревенские жители, стремящиеся обустроить свой быт «по-городскому». Последние нам особенно интересны (домохозяйства № 7, 15, 17). По нашему предположению, именно они должны быть в наибольшей степени подвержены процессам модернизации сознания благодаря разнообразию медиапотребления, большого количества мотиваций для улучшения уровня жизни (наличие детей, опыт городской жизни во время учебы и т.д.) и финансовых возможностей воплотить свои желания в жизнь.

Дома респондентов этой группы отличаются не только внутренней благоустроенностью, но и внешним видом. К традиционному

для этой местности срубу могут быть пристроены веранды и террасы, надстроен второй этаж, оборудована мансарда. Крыши покрыты не традиционным шифером, а современными материалами — андулином или гибкой черепицей. Бревенчатые стены домов снаружи могут быть покрыты сайдингом или обработаны антисептиком. Интерьер практически ничем не отличается от современных городских квартир — кухонные гарнитуры со встроенной плитой и вытяжкой, сочетание плитки и обоев на стенах кухни, ламинат или плитка на полу, телевизоры в кухне и в комнате, стенки и компьютерные столики и т.д. Дома окружены ухоженными участками (с элементами ландшафтного дизайна), на которых есть не только необходимые овощи, зелень, плодовые деревья, но и клумбы с цветами.

Обращает на себя внимание то, что при высоком уровне технической оснащенности этих домохозяйств (наличие в домах водонагревателей, отопительных систем, электрических или газовых отопительных приборов) их жители не отказались от печей. Кроме того, ни в одном из этих домохозяйств нет посудомоечных машин, что свидетельствует о сохранении традиционного отношения к ведению женщиной домашнего хозяйства. Внешний вид респондентов не выдает в них деревенских жителей: они опрятно одеты, женщины ухожены (учительница и доярка при этом выглядят сходно).

Однако очевидно, что не все технические новшества интересны представителям даже этой группы. Даже в этих домохозяйствах нет планшетных устройств типа iPad, iPod, электронных книг, тогда как традиционные библиотеки, аудиотеки и видеотеки есть у всех. Интернет оценивается ими как необходимый для образования детей, да и взрослые им тоже пользуются для общения в социальных сетях и для просмотра фильмов. Очевидно, что члены этих домохозяйств могли бы позволить себе такую покупку, ведь большинство респондентов этой группы оценили свое материальное положение достаточно высоко («Нам хватает денег на покупку крупной бытовой техники, но мы не можем купить новый автомобиль без привлечения заемных средств»). Отсутствие модных гаджетов у членов этих домохозяйств может быть связано как с бережливостью деревенских жителей, относящихся к этим устройствам как к дорогим игрушкам, так и с тем, что интернет-соединение достаточно плохое, и это не позволяет использовать все возможности современной техники. Также возможно, что телевизионная реклама хуже действует на сельских жителей, так как они не идентифицируют себя с героями рекламы, понимая, что их жизнь слишком отличается от городской.

Домохозяйства среднего социокультурного статуса

Состав и оснащение домохозяйств среднего социокультурного статуса весьма многообразны и плохо поддаются типологизации. Среди этой группы респондентов есть и пенсионеры, и сравнительно молодые семьи с детьми, и пожилые люди, проживающие с внуками, чьи родители работают в городе.

В качестве базовых характеристик этой группы можно отметить несколько пунктов. От домохозяйств с высоким социокультурным статусом их отличает визуально худшее состояние домов: это однотипные старые срубы, крытые шифером, очевидно нуждающиеся в ремонте. Дома окружены плохо ухоженными приусадебными участками, на территории которых много мусора: старых бревен, ржавых железок и т.д. Около домов редко можно увидеть клумбы с цветами, но огород есть обязательно, как и во всех остальных домохозяйствах. Внутри дома обставлены разномастной мебелью (частично новой, частично произведенной в XX в.). В целом интерьеры очень похожи на убранство городских квартир в 1970-е гг.

Техническое и культурное оснащение домохозяйств этой группы такое же разномастное, как и интерьеры. Современный телевизор в этих домохозяйствах может стоять на колченогой тумбе, современный сотовый телефон — лежать на столе, покрытом потертой клеенкой. В домохозяйстве может быть несколько компьютеров, но отсутствовать современная кухонная техника. Очевидно, что в этих домохозяйствах обустройство дома происходит спонтанно, по случаю, а не является последовательной деятельностью по благоустройству быта людей с модернизированным сознанием. Наборы предметов из сферы культуры тоже разнообразны. Трудно понять, насколько осознанно подходят респонденты к наличию у них дома икон, книг, фотографий.

(*окончание в следующем номере*)

Список литературы

Ang I. Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination. Oxon: Routledge, 1989.

De Sola Pool I. Technologies of Freedom. Harvard: Harward University Press, 1983.

Hall S., Jefferson T. Resistance Through Rituals, Youth Subcultures in Post-War Britain. London: Hutchinson, 1977.

Hoggart R. The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life with Special Reference to Publications and Entertainment. London: Essential books, 1957.

Katz E., Blumler J.G. The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research. Beverly Hills: Sage, 1974.

Klapper J.T. The Effects of Mass Communication. N.Y.: Free Press, 1960.

Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign. N.Y.: Columbia University Press, 1947.

Lerner D. The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East. N.Y.: Free Press, 1958.

Rogers E.M. Diffusion of Innovations. N.Y.: Free Press, 1962.

Tarde G. Les lois de l'imitation. Paris: Kimé Éditeur, 1993.

Williams R. The Long Revolution. N.Y.: Columbia University Press, 1961.

Поступила в редакцию
22.04.2013