

Секция «Журналистика»

**Роль медиа в конструировании образа "обобщенного другого" у жителей
российской глубинки**

Чумакова Варвара Павловна

Аспирант

Национальный Исследовательский Университет - Высшая Школа Экономики,

Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: vchumakova@hse.ru

Представляемый доклад основан на интерпретации данных, полученных в полевой экспедиции, проведенной Лабораторией медиаисследований летом 2012 года в Мантуровском районе Костромской области. Исследование проводилось в рамках проекта «Трансформация медиа в России в условиях новой коммуникационной реальности» Программы Фундаментальных Исследований НИУ ВШЭ. Эмпирическая база состоит из наблюдений за 35 домохозяйствами, которые подключили цифровое телевидение, и порядка 100 глубинных интервью с их членами.

С теоретической точки зрения исследование медиапотребления жителей российской глубинки затрагивает один из вопросов конструирования реальности – формирование представления о месте своего села внутри региона, страны, мира в целом. Большинство респондентов смотрят федеральные общероссийские телеканалы, контент которых содержит информацию о событиях в России и за рубежом, но играют ли эти источники важную роль в формировании образа российских городов, других регионов, заграницы и т.д. для жителей сельской местности?

В связи с этим интересна концепция медиаэколога Джешуа Мейровица. Его ключевая работа «Отсутствие местоощущения: влияние электронных медиа на человеческое поведение», 1985 («No sense of place: the impact of electronic media on social behavior») базируется на идеях Маклюэна и драматургическом подходе Ирвинга Гоффмана, а в более поздних работах (например, «The rise of glocality: no sense of place and identity in the global village», 2004) концепция, представленная в ней, была дополнена теорией символического интеракционизма Джорджа Мида и Чарльза Кули.

Основная мысль, которая присутствует в работах Мейровица, состоит в том, что электронные медиа снимают барьеры между социальными группами (гендерными, возрастными и т.д.), в том числе благодаря тому, что позволяют одним людям видеть жизнь других в таком виде, в котором раньше они этого не могли. Это влияет и на поведение, так как люди начинают вести себя в повседневной жизни с учетом того, что видят по телевизору – и повторяя демонстрируемые модели, и держа в голове образ тех, для кого они могли бы «играть спектакль» [3]. Его теория была раскритикована эмпирико-функционалистами, которые восприняли ее в качестве «теории пули» [2] однако умеренное применение идей, предложенных Мейровицем, не претендующее на объяснение всего, может быть полезно при изучении регионального медиапотребления.

Именно Мейровиц поднимает вопрос о трансформации, связанной с локальными сообществами, и использует термин «глокализации» (который изначально возник как описание процессов адаптации глобальной культуры локальной и получения в результате гибрида [1]). Говоря о «глокализации», Мейровиц экстраполирует концепцию «обобщенного другого», предложенную символическим интеракционизмом, на пространство

и получает «обобщенное где угодно» («generalized elsewhere») [4], которое, несмотря на то, что человеческий опыт локален, какими изощренными технологии не были бы, трансформирует человеческое поведение. ««Обобщенное где угодно» работает в качестве зеркала, с помощью которого мы можем смотреть и судить наши локусы. Мы теперь более склонны рассматривать наше место проживания не как сообщество, а как одно из сообществ, в котором мы могли бы жить. Мы менее склонны рассматривать наше место проживания как центр Вселенной. Мы менее склонны рассматривать наше физическое окружение как источник нашего опыта» (Meyrowitz, 2004, p.23).

Полученные в экспедиции данные показывают, что электронные медиа в российской глубинке пока не формируют четкого образа «обобщенного другого» и «обобщенного где угодно». Образ, транслируемый медиа, порой не совпадает с той реальностью, о которой респонденты узнают непосредственно из своего опыта благодаря увеличению мобильности между селом и городом.

В докладе рассматривается то, как и благодаря каким источникам информации жители сельской местности воспринимают свое локальное сообщество, другие российские деревни, жизнь в городе; как видят свое будущее, будущее своей деревни и будущее России в целом; что они знают о загранице, как относятся к путешествиям

Основной вывод состоит в том, что российская глубинка находится в переходном состоянии. С одной стороны, медиа участвуют в том, что сельские жители перестают воспринимать свое локальное сообщество как единственно возможное и/или как центр Вселенной. Но с другой стороны, медиа не формируют у сельских жителей образа «обобщенного другого» места, представляющего образец для подражания.

Литература

1. Кирьянова Л.Г. Общество в контексте глобально-локальных отношений. – Томск: Дельтаплан, 2007.
2. Kubey R. A Critique of No Sense of Place and the Homogenization Theory of Joshua Meyrowitz / Communication Theory 2 (3): 259–271. - 1992
3. Meyrowitz J. No sense of place: the impact of electronic media on social behavior. – Oxford University Press, 1985.
4. Meyrowitz J. The rise of glocality: no sense of place and identity in the global village, 2004 [Электронный ресурс] Режим доступа: http://21st.century.phil-inst.hu/Passagen_engl4_Meyrowitz.pdf, свободный. – Загл. с экрана.

Слова благодарности

Большое спасибо моему научному руководителю - Покровскому Никите Евгеньевичу и консультанту - Шарикову Александру Вячеславовичу, а также всем участникам экспедиции в Костромскую область: Кирии Илье Вадимовичу, Давыдову Сергею Геннадьевичу, Новиковой Анне Алексеевне, Довбыш Ольге, Терновской Дарье, Шохиной Надежде, Кулагиной Татьяне, Меркурьевой Елизавете, Ханукаевой Раисе и Валерию.