



СОВЕТСКИЙ ТЕЛЕЗРИТЕЛЬ В ПОСТСОВЕТСКОЕ ВРЕМЯ: ПОРТРЕТ В СЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ

Евгения Викторовна Петрова

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
11 Покровский бульвар, Москва, Россия
evpetrova@hse.ru

Варвара Павловна Претер

Университет Бен-Гурион в Негеве
1 бульвар Давид Бен-Гурион, Беэр-Шева, Израиль
preterv@post.bgu.ac.il

Аннотация: В статье проанализирован феномен, который мы назвали «последние советские телезрители» в российском селе. Это поколение людей старше 50 лет, которые были первыми, для кого телевидение стало основным из медиа с детства и юности, и сегодня становятся последними, для кого оно продолжает таковым оставаться. Особенности практик телесмотрения и взаимодействия с телевидением стали центральными для анализа. Исследование основано на материалах шести полевых экспедиций (2012–2019) в сельскую местность России. Из 263 собранных глубинных интервью и наблюдений 106 проведены с людьми, которых мы относим к «последним советским телезрителям». В статье изучено, как представлено телевидение в повседневной жизни сельян, что смотрят в постсоветский период, каковы актуальные практики телесмотрения, как сельяне относятся к телевизионному контенту и технологии. Телевидение было и остается основным медиа для изучаемой группы и воспринимается как очень значимый источник контента. Многие медийные практики советских телезрителей устояли в ранний постсоветский период и сохраняются в 2000-е гг. Новая обретенная информантами технология адаптируется до тех пор, пока не становится сочетаемой с основными практиками повседневности.

Ключевые слова: практики медиа, телесмотрение, сельские жители, поколения.

Благодарности: В статье используются материалы, собранные в рамках проектов, поддержанных Фондом прикладных фундаментальных исследований НИУ ВШЭ, «Трансформация медиа в России в условиях новой коммуникационной реальности» (2012), «Трансформация российского телесмотрения в условиях появления новых медиаплатформ» (2013), «Медиа в новой социальной, экономической и технологической реальности» (2014), а также проектов, поддержанных Программой Фонда образовательных инноваций в рамках проекта «Открываем Россию заново», «Трансформация медиасреды и практик медиапотребления и медиаиспользования в сельской местности России (кейс села Глазок Тамбовской области)» (2018), «Трансформация медиасреды и практик медиапотребления и медиаиспользования в сельской местности России (кейс сельской агломерации Гжель Московской области)» (2019). Публикация подготовлена в ходе работы в проекте «Медиа в сельской России: технологии, практики, эффекты» (№ 19-04-041) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета “Высшая школа экономики” (НИУ ВШЭ)» в 2018–2019 гг. и в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации «5-100».

Для ссылок: Петрова Е., Претер В. Советский телезритель в постсоветское время: портрет в сельской среде // Антропологический форум. 2022. № 54. С. 11–36.

doi: 10.31250/1815-8870-2022-18-54-11-36

URL: http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/054/petrova_preter.pdf

THE SOVIET TV VIEWER IN THE POST-SOVIET PERIOD: PORTRAIT IN A RURAL ENVIRONMENT

Evgeniya Petrova

National Research University “Higher School of Economics”
11 Pokrovsky Blvd, Moscow, Russia
evpetrova@hse.ru

Varvara Preter

Ben-Gurion University of the Negev
1 David Ben Gurion Blvd, Be'er Sheva, Israel
preterv@post.bgu.ac.il

Abstract: The article analyzes the phenomenon that we call the “last Soviet TV viewers” in the Russian rural areas. This is the generation of people over 50 years old who were the first for whom television became the primary medium from a young age, and who today are the last for whom it continues to be. The peculiarities of the practices of television viewing and interaction with television have become central to the analysis. The study is based on materials from six field expeditions (2012–2019) to the rural areas of Russia, in which, out of 263 collected in-depth interviews and observations, 106 were conducted with people whom we attribute to this phenomenon and allow us to draw conclusions about



the features of their television viewing. The article examines how television is represented in the daily life of rural settlers, what the rural “last Soviet TV viewers” watch in the post-Soviet period, what the current practices of television viewing are, and how the villagers relate to television content and technology. Television was and remains the main medium for the studied group and is perceived as a significant source of content. Many media practices of Soviet television viewers survived in the early post-Soviet period and persist in the 2000s. The new technology acquired by the informants is adapted until it becomes compatible with the basic practices of everyday life.

Key words: media practices, TV-viewing, rural settlers, generations.

Acknowledgements: The article uses materials collected within the framework of projects supported by the HSE Foundation for Applied Fundamental Research: “Transformation of Media in Russia in the context of a new communication reality”, 2012; “Transformation of Russian television viewing in the context of the emergence of new media platforms”, 2013; “Media in a new social, economic and technological reality”, 2014. And also within the framework of projects supported by the Program of the Educational Innovation Foundation within the framework of the project “Rediscovering Russia”: “Transformation of the media environment and practices of media consumption and media use in rural areas of Russia (case of the village of Glazok, Tambov region)”, 2018, “Transformation of the media environment and practices of media consumption and media use in rural areas of Russia (case of rural agglomeration Gzhel of the Moscow region)”, 2019. The publication was prepared during the work in the project “Media in rural Russia: technologies, practices, effects” (No. 19-04-041) within the framework of the Program “Scientific Foundation of the National Research University Higher School of Economics (HSE)” in 2018–2019 and within the framework of state support of the leading universities of the Russian Federation “5-100”.

To cite: Petrova E., Preter V., ‘Sovetskiy telezritel v postsovetskoe vremya: portret v selskoy srede’ [The Soviet TV Viewer in the Post-Soviet Period: Portrait in a Rural Environment], *Antropologicheskij forum*, 2022, no. 54, pp. 11–36.

doi: 10.31250/1815-8870-2022-18-54-11-36

URL: http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/054/petrova_preter.pdf

Евгения Петрова, Варвара Претер

Советский телезритель в постсоветское время: портрет в сельской среде

В статье проанализирован феномен, который мы назвали «последние советские телезрители» в российском селе. Это поколение людей старше 50 лет, которые были первыми, для кого телевидение стало основным из медиа с детства и юности, и сегодня становятся последними, для кого оно продолжает таковым оставаться. Особенности практик телесмотрения и взаимодействия с телевидением стали центральными для анализа. Исследование основано на материалах шести полевых экспедиций (2012–2019) в сельскую местность России. Из 263 собранных глубинных интервью и наблюдений 106 проведены с людьми, которых мы относим к «последним советским телезрителям». В статье изучено, как представлено телевидение в повседневной жизни селян, что смотрят в постсоветский период, каковы актуальные практики телесмотрения, как селяне относятся к телевизионному контенту и технологии. Телевидение было и остается основным медиа для изучаемой группы и воспринимается как очень значимый источник контента. Многие медийные практики советских телезрителей устояли в ранний постсоветский период и сохраняются в 2000-е гг. Новая обретенная информантами технология адаптируется до тех пор, пока не становится сочетаемой с основными практиками повседневности.

Ключевые слова: практики медиа, телесмотрение, сельские жители, поколения.

Введение

Телевидение, без преувеличения, стало самым значимым по своему влиянию на человека из медиа второй половины XX в. В СССР, как и во многих западных странах, начали уделять внимание развитию телевизионных технологий еще до Второй мировой войны [Борецкий 2011: 178]. Массовое распространение телевидения в СССР приходится на период позднего застоя: в 1960 г. только 5 % населения Советского Союза могли смотреть телевизор [Mickiewicz 1988: 3], а в 1970–1980-е гг. телевизионный охват приближался уже к 100 % [Фомичева 1987: 78]. Б.М. Фирсов в книге «Телевидение глазами социолога», вышедшей в 1971 г., отмечал: «Ни газеты, ни радио, ни даже кинематограф не смогли взять человечество в плен так мгновенно и цепко, как домашний экран. Просмотр телевизионных передач начинает занимать у людей все больше времени. Естественно, что в связи с этим у телезрителей меняются ранее сложившиеся интересы, привычки, способы проведения

Евгения Викторовна Петрова

Национальный
исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Москва, Россия
evpetrova@hse.ru

Варвара Павловна Претер

Университет Бен-Гурион в Негеве,
Безр-Шева, Израиль
preterv@post.bgu.ac.il

досуга» [Фирсов 1971: 6]. Советские телезрители, чье детство, юность, молодость пришлись на этот период, фактически выросли, социализировались вместе с телевидением. Практики телесмотра стали частью повседневной жизни этих людей. Мы назвали их «последними советскими телезрителями». Далее подробнее обоснуем такое решение. Статья написана на основе качественных данных, собранных в сельской России. В село телевидение пришло позже, чем в город, но стало очень важной частью жизни. С «последними советскими телезрителями» в рамках наших полевых экспедиций мы познакомились в сельской среде.

Телевидение в СССР и России: от общего к индивидуальному

Историк из Университетского колледжа Лондона, исследователь советского телевидения Кристин Рот-Эй (Kristin Roth-Ey) вслед за Мишель Хилмс (Michele Hilmes) называет телевидение «плохим объектом» для исследований, отмечая и его онтологическую неопределенность, и непрерывную связь с контекстом, в котором такой предмет изучения может быть и слишком большим, и слишком малым, тривиальным, непредсказуемым и т.д. [Roth-Ey 2011]. Исследования советского телевидения не стали исключением. При этом изучение советского телевидения было сложной задачей и потому, что советские исследователи были ограничены жесткими идеологическими рамками, а зарубежные исследователи времен СССР имели ограниченный доступ к полю, в частности к данным об аудитории телевидения. Когда же в постсоветский период идеологический контроль временно ослаб, архивы открылись, то одновременно с этим российская медиасистема стала так стремительно меняться, что исследователям было уже сложно ухватить, что же происходило до этого. Кристин Рот-Эй сравнила изучение аудитории медиа с исследованием природы электричества: ученые понимают, что аудитория есть, высоко оценивают ее значимость, но все время не хватает данных, чтобы понять ее, уловить смыслы, которые для нее значимы в медиа [Roth-Ey 2020].

Телевидение в СССР стало опорой для советского строя. На ранних этапах тематика советского телевидения для зарубежных исследователей была связана в основном с политическим контекстом [Roth-Ey, Zakharova 2015; Yablokov, Schimpfössl 2020]. Однако период рассвета телевизионной технологии — конец 1960-х, 1970-е гг. — изучался уже с разных позиций. Телевидение стало для советских людей важной частью повседневной жизни, развлечения и досуга [Mickiewicz 1988; Roth-Ey 2011; Evans 2016], а уже через эти сферы влияло на идеологические

установки и политические взгляды. Телевидение объединяло очень разнородную общественность, способствовало восприятию весьма спорных явлений как нормы. В СССР, как и в других странах, телесмотрение постепенно становится объединяющим центром жизни семей [Morley 1986].

Кирстен Бёнкер (Kirsten Bönker) изучила, что помнят о советском телевидении жители России спустя 20 лет после распада СССР [Bönker 2018]. Бёнкер отмечает, что телевидение трансформировало материальную культуру советских домохозяйств и их образ жизни. Исследовательница приходит к выводу, что телевидение объединило советских людей в «эмоциональное сообщество» (emotional communities), способствовало единому восприятию и пониманию социальных и культурных явлений. Это определило положительное отношение к советскому образу жизни и в постсоветский период. Бёнкер не ставила в своем исследовании задачу изучить, каково было телесмотрение респондентов в постсоветский период. Вопрос о том, что после распада страны произошло со зрительским опытом этого «эмоционального сообщества» советских людей, которых объединяло очень схожее телесмотрение¹, оставался открытым.

В 1990-е гг. Лев Гудков и Борис Дубин называют российское общество обществом телезрителей. По мнению исследователей, телевидение в эти годы участвует в «массовизации» российского общества, но во многом по старому советскому образцу, т.е. без формирования элит и дифференциации институтов, с опорой на наиболее консервативные группы общества, соответствующие смысловые ориентиры и механизмы, к которым принадлежит и массовая культура по-советски [Дубин, Гудков 2001: 45].

В XXI в. исследователи отмечают, что телесмотрение становится более индивидуальным, оно переместилось в основном из гостиных в спальни — на первых этапах телевизор помогал разграничить дом и внешний мир, но в первую декаду XXI в. он уже разграничивает личное пространство спальни и домашнее пространство семьи [Livingstone 2007]. Эта тенденция характерна и для России. С 2000 г. в России проводилось ставшее одним из ключевых по теме исследование «Телевидение глазами телезрителей». В 2010 г. И.А. Полуэхтова, опираясь на данные этого проекта, отмечает новую важную тенденцию — индивидуализацию телепредпочтений. Динамика телевизионной аудитории определяется изменением направленности от массовизации к демассовизации, переменой характера медиапотребления с предсказуемого, предопределенного, регулируемого, эволюционного

¹ Кирстен Бёнкер использует термин *cultural homogenization* 'культурная гомогенизация'.

на стихийный, многофакторный, высокоинтенсивный [Полухова 2010: 76]. Логично предположить, что цифровизация телевидения, дав возможность большего выбора контента, будет способствовать дифференциации телесмотрения. После 2013 г. идеологический контроль за российским телевидением ужесточается, для новой медиастратегии России характерна адаптация глобальных развлекательных медиаформатов, в которые включается идеологически заряженный контент, под специфику аудитории [Tolz, Terer 2018]. Исследователи отмечают, что в XXI в. телевидение в России по-прежнему имеет высокое значение.

Исследование медиа в российском селе: данные и методы

В 2012–2014 гг. Лабораторией медиаисследований НИУ ВШЭ был реализован проект по изучению медиапотребления российских сельских жителей, в рамках которого проведены четыре полевые экспедиции. В 2018–2019 гг. в рамках проекта НИУ ВШЭ «Открываем Россию заново» участники экспедиций 2012–2014 гг. снова обратились к теме медиапотребления сельских жителей и провели еще две полевые экспедиции. Таким образом, с 2012 по 2019 г. проведено шесть экспедиций — в сельское поселение Угоры Костромской области (2012), Коксовское сельское поселение Ростовской области (2013), сельское поселение Середкино Иркутской области (2014), Чистопольское сельское поселение в Татарстане (2014), село Глазок Тамбовской области (2018), Гжельское сельское поселение¹ Московской области (2019)².

В результате экспедиций собрано 263 глубинных полуструктурированных интервью о том, какие медиа используют сельские жители, как их воспринимают, как относятся к получаемой информации, транслируемым образам, сюжетам и т.д. Помимо интервью мы собирали визуальные данные о домохозяйствах, наблюдали за практиками использования медиа в сельской среде.

Исследования медиа, как правило, гораздо чаще касаются городских жителей. В России о специфике взаимодействия с медиа в сельской среде известно крайне мало. Поэтому наши

¹ После административного переустройства районов Московской области Гжельское сельское поселение упразднено, создано Территориальное управление «Гжельское» Раменского городского округа.

² В статье используется следующее обозначение экспедиций: Угоры (сельское поселение Угоры Костромской области, 2012), Коксовый (Коксовское сельское поселение Ростовской области, 2013), Середкино (сельское поселение Середкино Иркутской области, 2014), Чистополь (Чистопольское сельское поселение в Татарстане, 2014), Глазок (село Глазок Тамбовской области, 2018), Гжель (Гжельское сельское поселение Московской области, 2019).

экспедиции фактически открывали terra incognita, в которую мы шагнули, имея в арсенале больше исследовательских вопросов, чем сформулированных гипотез. Однако одна гипотеза у нас все-таки была. В 2012 г. мы предполагали, что доступ к большому числу каналов качественно изменит практики и содержание их медиапотребления, а возможно, усилит рецепцию образов современной массовой культуры и принятие через это ее ценностей, включение своей сельской жизни в большое целое страны, представленной на экране. Однако уже после первых двух экспедиций стало понятно, что ожидаемого качественного изменения в практиках телесмотрения не происходит. Сельские жители не принимают «новые» образы, а подстраивают их под свою картину мира [Кирия, Новикова 2013]. Дифференциация скорее характерна для практик использования интернета, чем для телесмотрения. Чем больше мы собирали данных, тем более фрагментарным нам представлялось медиапотребление жителей сельской местности. Но уже через несколько экспедиций стало понятно, что в материалах все же есть то общее, что повторялось в разных регионах во все годы проекта.

В 2019 г. в рамках работы научно-учебной группы по изучению медиа в сельской России была предложена аналитическая модель работы с данными, все интервью были закодированы в системе Atlas.ti. Были выделены две группы кодов: технологические (кино, телевидение, интернет, чтение, радио, музыка, телефон, фотография) и характеризующие (контент-описание, контент-отношение, практики-описание, практики-отношение, репрезентация). Проверив различные сочетания кодов и социально-демографических характеристик респондентов, мы поняли, что есть группа респондентов, медиапотребление которых очень похоже, их объединяют практически монолитные, идентичные практики телесмотрения. Это в основном люди 50 лет и старше. Из 263 информантов 106 (61 женщину и 45 мужчин) мы отнесли к числу тех, кого можно назвать «последними советскими телезрителями».

«Последний советский телезритель»: определение понятия

Почему такое название? Согласно дефиниции, которую дал Алексей Юрчак, к последнему советскому поколению относятся все те, «кто был достаточно зрел, чтобы полностью сформироваться еще в советский период». Юрчак пишет: «Согласно такому определению, последнее советское поколение включает в себя людей с относительно широким разбросом возрастов, родившихся между серединой 1950-х и началом 1970-х гг., которые в годы перестройки были в возрасте от выпускников

школ до тридцатилетних» [Юрчак 2017: 85]. Михаил Соколов отмечает, что поколенческое различие — одно из самых значимых для описания современной российской социальной реальности: тогда как класс «не работает» для того, чтобы разделить общество на группы, поколение как категория справляется с этой задачей лучше всего [Соколов 2019].

Интересно, что хронологически к периоду становления последнего советского поколения очень близки периоды развития советского телевидения. В 1960 г., когда родившиеся в середине 1950-х были детьми, на весь СССР с населением в 212,4 млн (108,8 млн — сельские жители) было всего 4,8 млн телевизоров, т.е. примерно один телевизор на каждые 45 человек. В их подростковом возрасте, в 1965 г., когда в СССР проживало 229,6 млн (108,9 млн — сельские жители), телевизоров стало уже 15,7 млн, т.е. примерно один телевизор на 15 человек. В молодости поколения середины 1950-х гг., в 1970–1975 гг., на весь СССР с населением 241,7 млн (105,7 млн — сельские жители) было уже 60 млн телевизоров, т.е. примерно один телевизор на каждые четыре человека. А в 1981 г. (население СССР 266,6 млн, из них 97,7 млн — сельские жители) — 75 млн телевизоров, т.е. примерно один телевизор на 3,5 человека [Средства 1985: 120]. Безусловно, распределение телевизоров нельзя считать равномерным, особенно если сравнивать город и село, но тем не менее. Исследователи отмечают, что в советский период деревенские жители, у которых был телевизор, смотрели его больше, чем жители городов. Причиной тому был дефицит досуговой инфраструктуры в сельской местности [Bönker 2015]. На первых этапах развития телевидения в использование этой технологии вовлекались самые активные люди, особый интерес эта технология представляла для молодежи. Тогда телевидение было, как мы сейчас сказали бы, новым медиумом и вызывало много дискуссий.

Таким образом, «ранние последние советские телезрители», родившиеся в середине 1950-х гг., в большинстве своем общались к телевидению во время отрочества, юности или молодости, тогда как «поздние последние советские телезрители», родившиеся в конце 1960-х — начале 1970-х гг., могли даже с детства жить с телевизором. В любом случае для них эта инновация успела стать частью повседневной рутины, их можно сравнить с современными детьми, для которых интернет — такая же неотъемлемая и само собой разумеющаяся часть повседневности.

На современном этапе представители последнего поколения советских телезрителей остаются серьезно вовлечены в телевизионные практики. В Оксфордском словаре понятий по теме

медиа и коммуникаций такой тип телезрителя определен как *heavy viewers*. Эти люди смотрят телевизор более четырех часов в день и наиболее сильно подвержены его влиянию, особенно в тех областях, в которых зритель имеет мало личного опыта [A Dictionary 2011]. Телесмотрение более младших поколений уже не столь монолитно, оно тесно связано с использованием других медийных технологий, параллельным медиапотреблением (радио и телевизор, телевизор и интернет).

По данным исследователей, тенденция последних десятилетий такова, что средний возраст телезрителя становится все больше. В 2008 г. 32 % телезрителей были старше 55 лет, в 2018 — 46 % [Телевидение 2019: 38]. Те, кому сейчас примерно 40–45 лет, используют и телевидение, и интернет примерно в равных частях. Молодых людей все больше привлекает интернет. На фоне этих тенденций видно, что последнее советское поколение вполне может оказаться и последним поколением телезрителей, которые выросли на телевизионном контенте и для которых телевидение было основной медийной технологией.

Конечно, любое разделение по формальному признаку условно. В 49 лет у одного человека могут оказаться практики телесмотра, очень схожие с практиками человека 55 лет, а у другого человека в 51 год — с практиками 40-летнего. Отметим, что в нашем исследовании мы отталкивались именно от содержания медийного опыта респондентов, и только потом, обнаружив, что у большой группы респондентов он очень схож (в то время как такого не было ни в какой другой группе), мы увидели здесь поколенческую специфику.

Телевидение в сельской семье и доме

Стоит отметить, что при полевом знакомстве информанты, которых мы относим к «последнему советскому поколению», были самыми открытыми. Безусловно, это можно объяснить возрастом: большинство интервьюеров (студенты и молодые сотрудники) подходили им в качестве внуков или младших детей, что способствовало доброму расположению к ним. Однако это проявлялось еще и в том, что им было достаточно легко говорить о телесмотрении. Если более молодые информанты терялись, не могли сказать, что и как они используют из медиа, то «последние советские телезрители», после того как разговор с ними входил в нужную фазу, могли часами рассказывать о том, что они смотрят.

У всех респондентов 50+ в период наших экспедиций дома был телевизор, в большинстве домохозяйств несколько. Как заметил один из респондентов, «мы живем хорошо. У каждого свой

телевизор». Были домохозяйства, в которых телевизоров больше, чем живущих в доме. Телевизоры приобретались для разных помещений («чтоб везде можно было смотреть»), в разные периоды жизни («как появлялись деньги, так и покупали», «сын женился, мы вот этот телевизор купили» и т.д.). Многие респонденты хранят старые (неработающие) приборы медиапотребления. В одном домохозяйстве, например, рассказали, что у них шесть телевизоров, хотя показывают только два из них.

Самый главный телевизор стоит в гостиной — как напоминание о том периоде, когда телесмотрение было объединяющей семью практикой. Теперь же вместе телевизор смотрят редко. Как объясняют респонденты, у каждого свои интересы. Парадоксально, но отдельно смотрят даже одну и ту же программу. В домохозяйстве, где мы заметили это, хозяйка рассказала, что привыкла с утра включать телевизор на кухне. Он работает целый день, пока хозяйка занимается домашними делами (на кухне и вне ее). Ее муж, придя с работы, идет в спальню отдыхать. Там он смотрит «свой телевизор», часто включает тот же канал, который смотрит жена. Один и тот же контент встраивается в разные контексты повседневных практик.

Характерная особенность сельских интерьеров — то, что приборы медиапотребления, как правило, играют роль смыслового и эстетического центра. При этом телевизоры любят окружать различными нефункциональными предметами, имеющими важное символическое значение (фото близких людей, иконы, грамоты, кубки, статуэтки и т.д.) [Петрова 2016]. Телевизор — зачастую самая дорогая, новая вещь в домохозяйствах. Интересно, что когда мы просили респондентов включить телевизор, то даже если интервью проходило на кухне, на веранде и т.д., где был телевизор, нас иногда приглашали в гостинные, чтобы показать «самый главный телевизор в доме».

Если в домохозяйстве телевизор один, то значительная часть предметов медиапотребления сосредоточена в одном месте, например в комнате, где есть телевизор, можно увидеть и компьютер, и музыкальный центр, на котором лежит газета, в то время как в других комнатах нет никаких устройств медиапотребления.

Наши интервью обычно проходили по такой схеме: сначала информанты сообщали нам, что телевизор они практически не смотрят, поскольку им некогда, они заняты (хотя многие из них на пенсии), так как у них есть сельскохозяйственные работы. Затем в ходе интервью информанты сначала позволяют себе допустить, что есть периоды времени — зима, например, когда работ по хозяйству меньше, и тогда бывает, что они смотрят телевизор долго и много.

Следующий этап — когда мы наконец выясняем, что телевизор в доме информанта работает практически всегда, утро начинается с включения, а вечер заканчивается выключением, хотя некоторые даже засыпают под телевизор. Но это не воспринимается как просмотр телевизора, так как параллельно с ним делаются дела, люди готовят еду, принимают пищу, убирают в доме, периодически поглядывая в экран.

Затем оказывается, что все-таки есть передачи, которые могут увлечь информанта полностью (впрочем, наши наблюдения за телесмотрением информантов показывают, что даже если человек ничего не делает во время просмотра, то все равно отвлекается на обсуждение со своими родными или даже на собственные мысли, которые высказывает героям на экране).

Вы знаете, я сама не понимаю, что мне там интересно. Меня просто затягивает, и я теперь уже жду одиннадцати часов каждый вечер. И утром в девять я включаю (Чистополь, женщина, 61 год).

В интервью с представителями домохозяйств, где живут несколько поколений, в части интервью о телевидении молодые респонденты часто указывали на то, что старшее поколение смотрит телевизор («я телевизор не смотрю, мне бабушка рассказывает», «не хочу на это время тратить, пусть родители смотрят, все основное мне расскажут»). Находясь внутри семейных отношений, младшее поколение часто связывает телесмотрение с опытом старших поколений, но при этом телевизионный контент — важная часть интеракций внутри семьи.

Мы сделали вывод: заявить о том, что ты все время смотришь телевизор, для наших информантов зазорно, социально неодобряемо. Почему? Возможно, потому что когда они говорят: «Я смотрю телевизор», — подразумевается включенный просмотр, когда ничего, кроме просмотра, человек не делает. Таким образом, телесмотрение плотно переплетено с повседневностью наших информантов, однако они не готовы рефлексировать над ним как над отдельным самостоятельным процессом. Телевизионные сообщения пробиваются, проникают в обычные процессы их повседневной жизни.

Телевидение, таким образом, можно назвать своего рода «мерцающим объектом» в повседневности наших информантов. Не только потому что его экран мерцает, а потому что телевизионный эфир фактически не отделяется как самостоятельный процесс, он включен в повседневность, и среда, возникающая из телевизионных сообщений, не замечается пользователями [Маклюэн, Фиоре 2011].

Что смотрят «последние советские телезрители»?

Гипотеза первых экспедиций строилась на предположении о том, что расширившиеся возможности доступа к новому контенту изменят телесмотрение информантов: сельским жителям, находящимся в ситуации информационного неравенства, будут доступны новые возможности, открыт контент, который способен значительно расширить их представления и ориентиры. Однако в итоге оказалось, что практически все наши информанты смотрят весьма небольшой набор каналов.

Несмотря на изменения, которые произошли с телевидением в XXI в. — появление спутникового вещания, распространившегося по стране и принесшего в дома своих пользователей пакеты с десятками и сотнями каналов, в том числе иностранных и с современным контентом, наши информанты предпочитают два основных типа телеконтента. Первый — это привычный по прошлым временам контент телеканалов, уже известных им по доспутниковому периоду — «Первый», «Россия», «НТВ». Второй — это новые каналы, доступные благодаря спутниковому ТВ, но транслирующие преимущественно контент из прошлого (советские фильмы и музыку) — «Звезда», «Дом кино», «Шансон ТВ» и т.д.

Первый тип контента смотрят практически все информанты из нашей эмпирической базы. Этот набор характерен для их телесмотрения в течение многих лет. Некоторые информанты называют каналы программами («да я всегда вечером смотрю первую программу», «первая, вторая программа — ну, это обязательно»), как это было принято в советский период. Парадоксально, что в большинстве случаев информанты имели возможности смотреть большой набор каналов, прекрасно знали об этом, даже с некоторой бравадой, гордостью рассказывали в интервью, как много у них каналов.

Соб.: Сколько у вас каналов?

Инф.: Ой, теперь много. Десятки, наверно. Так много. У нас же тарелка.

Соб.: А вы смотрите какие каналы?

Инф.: Я только первый смотрю. Привыкла (Гжель, женщина, 75 лет).

Да у нас этих каналов под сотню. Вот смотри [респондент берет пульт и переключает каналы]. Ну, первый, второй обязательно. А остальные... да когда нам... сейчас и не вспомню (Коксовый, мужчина, 67 лет).

Интересно, что такой единообразный выбор телеканалов характерен в ситуации, когда в домах несколько телевизоров и технологически есть возможность индивидуализировать выбор

контента. Однако в реальности оказалось, что практики телезрителя индивидуализировались, а выбор контента оказался более постоянным и универсальным. Мы проверяли этот вывод, сопоставляя его с тем, как наши информанты используют интернет-ресурсы. Оказалось, что, в отличие от телепросмотра, опыт использования интернет-ресурсов слишком многообразен, чтобы на нашем эмпирическом материале не только можно было бы говорить о его общих тенденциях, но хотя бы уверенно выделить типы его использования.

Из выделенных двух типов телеконтента первый характерен практически для всех информантов, второй — для значительной части. То есть сельские жители, по нашим данным, смотрят в основном либо описанный выше «универсальный» набор каналов, либо «универсальный» набор каналов плюс еще несколько специализированных. Набор этих каналов не столь монолитный, но есть тематика, которая наиболее часто представлена в этом направлении контента, — это советские фильмы и музыка. Возвращение обилия советского кино и музыки на экраны действительно тесно связано со спутниковым ТВ, каналы первого мультиплекса содержат в своем эфире гораздо меньше таких фильмов и показывают их чаще по праздникам, тогда как телеканалы «Звезда» и «Дом кино» делают это ежедневно.

Во всех экспедициях мы услышали от информантов формулировку «старинное кино» применительно к фильмам советского производства. Здесь необходимо уточнить, что наши информанты не разделяют советское кино на периоды, направления, как это делают киноведы, для которых советское кино — это не однородный пласт. Мало того, наши информанты не относят кино перестройки к «старинному», как показали наши наблюдения. Например, фильм «Курьер» назван одним из информантов современным и противопоставлен «старинному». Также среди фильмов, которые информанты причисляют к «старинному», не встретить ни авангардистских экспериментов (например, Дзиги Вертова), ни сложных киноэпопей Эйзенштейна или Александрова. Можно сказать, что «старинное кино» — это массовый советский кинематограф послевоенного периода в жанре комедии, производственной драмы или фильмов о войне. В сознании информантов соседствуют «Весна на Заречной улице» (1956) и «Любовь и голуби» (1984) как части одного целого [Чумакова, Хайрутдинова 2019].

Это не значит, что «современный» телеконтент незнаком нашим информантам — они видели современные западные и российские фильмы и сериалы, телешоу, музыкальные клипы и т.д. Интересно то, что современные российские фильмы и сериалы,

посвященные СССР, не всегда воспринимаются как современные и иногда не отделяются от фильмов производства СССР.

Сейчас, в наши дни, тоже неплохое советское кино снимают (Гжель, женщина, 57 лет).

Но зато очевидно противопоставление «старинного» и «современного». Современное вызывает недоумение, непонимание и отчуждение.

В 9 часов начался какой-то фильм, я забыла как называется... не знаю, мне он так не понравился, я его не стала смотреть <...>. Не наш, это вот американский, по-моему... мне даже до того противно было это смотреть, вот это вот... уж, конечно, наши режиссеры такие фильмы, мне кажется, никогда и не делают (Чистополь, женщина, 65 лет).

На наш взгляд, есть несколько объяснений этому непониманию, недоумению и отчуждению. Первое связано непосредственно с языком медиа, формой сообщения. Современные медиапродукты отличаются быстрым клиповым монтажом, более насыщенным интенсивным сюжетом, более яркими спецэффектами [Новикова, Чумакова 2014]. «Последние советские телезрители» просто не готовы к такому языку, и когда появилась возможность не осваивать его, а смотреть привычное, они вернулись к тому контенту, язык которого им понятен. Второе объяснение связано с проблемой репрезентации той жизни, которую проживают информанты. Многие говорят о том, что село не представлено в современных медиапродуктах — в новостях и телешоу не говорят о селе, фильмы и сериалы тоже зачастую про город. Те же, которые про село, пользуются популярностью, например в 2012 г. сериал «Ефросинья» был всем известен. Но жизнь в этом сериале была далека от той, которой живут сельчане. «Старинное» же кино зачастую показывает те проблемы, ценности, которые близки и понятны респондентам.

В 90-е нас как будто не было. Сейчас про нас, так скажем, про таких простых людей больше, ведь сами знаете, сколько передач, фильмы старинные хорошие показывают (Середино, женщина, 62 года).

В более широком контексте популярность советских фильмов исследователи связывают с таким явлением, как ностальгия. Это не локальная российская особенность, на современном этапе ностальгические настроения характерны для многих стран. Светлана Бойм выделяет два вида ностальгии: реставрирующая (пытается восстановить мифическое коллективное место обитания) и рефлексивная (тоска как таковая). «Ностальгия — это боль, вызываемая временным разрывом и неприкаянностью <...>. Нехватка корней компенсируется возвра-

щением «домой», причем желательно в общей коллективный дом» [Бойм 2013]. Телевидение позволяет сконструировать этот «общий коллективный дом», объединяя зрителей общими эмоциями, пережитым опытом, понятными и любимыми образами. В современной России телевидение и кино пересекаются в сфере культурного производства «ностальгии» сильнее, чем где бы то ни было [Wijermars 2020]. Наши данные это подтверждают: телевизионные программы и киноконтент в оценках респондентов тесно связаны друг с другом, они словно продолжают друг друга, создавая в восприятии респондентов вполне целостную систему. Такое единство дает возможность значительного погружения в транслируемый контент, способствует созданию того самого эмоционального сообщества, о котором писала Кирстен Бёнкер [Bönker 2018].

В постсоветской России обновленные индустриальные мощности давали возможность создавать современный экранный контент высокого уровня [Brassard 2021], однако в 2000-е гг. в России значительно возрос интерес к советскому прошлому. Телевизионная индустрия откликнулась на этот запрос ностальгическими проектами [Khinkulova 2012], коммерциализирующими ностальгические настроения [Kalinina 2014].

Было бы упрощением утверждать, что российское постсоветское телевидение представляет собой герметичную систему, которая питает сама себя, используя прошлое как источник образов. Так же как, на наш взгляд, неверно свести понимание этого вопроса исключительно к желанию вернуться к советскому опыту. Как отмечают исследователи, исторически знакомые методы российского государственного контроля над СМИ трансформируются под воздействием глобальной медиакультуры. Таким образом, наследие российского и советского прошлого не воспроизводится, а скорее заново изобретается в контексте транснационального опыта и популярных и поддерживаемых государством взглядов на построение сообщества [Hutchings, Szostek 2015].

Как смотрят телевизор сельские жители?

Как было отмечено выше, телесмотрение редко осознается респондентами как самостоятельный вид деятельности. При этом оно тесно связано с привычками, рутинными делами, обычным режимом дня. В зависимости от того, в каком помещении люди проводят больше времени, там и включают телевизор. Телевизоры на кухнях часто расположены так, что смотреть их невозможно, только слушать и иногда, повернувшись к экрану, видеть картинку.

Можно выделить три основных вида телесмотрения во взаимосвязи с другими практиками: сопровождающее другие практики, встроенное в структуру других практик и самостоятельное. Под сопровождающим телесмотрением мы понимаем такую ситуацию, когда телевизор включается фоном во время других дел (уборка, приготовление еды, ремонт и т.д.). Информанты редко помнят, что они смотрят в такой период. Телевидение в такой ситуации часто заменяется радио. Контент имеет небольшое значение.

Да я его [телевизор] и не смотрю, просто люблю, когда он что-то там свое рассказывает, когда я на кухне (Глазок, женщина, 59 лет).

Другая ситуация, когда есть определенная практика (чаще рекреационная), в которую встраивается телесмотрение. Например, придя с работы, информант предпочитает отдохнуть в своей спальне и посмотреть телевизор. Здесь определяющим становится не контент, а рекреационная практика. Контент выбирается из доступного в это время.

Я вечером все дела переделаю и включаю программу «Время». Потом смотрю все подряд, что показывают, пока не усну (Гжель, мужчина, 54 года).

Третья ситуация, когда именно телеконтент определяет структуру дня. Например, респонденты стремятся вернуться пораньше домой ко времени любимого сериала или в выходной день быстрее сделать домашние дела, чтобы «спокойно посмотреть свою передачу».

Практики всех трех типов, связанные с медиа, довольно устойчивы, сохраняются много лет и даже десятилетий. Нам кажется значимым отметить, что даже в ситуации смены технологий респонденты легче принимают ту их часть, которая вписывается в сложившуюся практику. Пример, хорошо иллюстрирующий это, мы привезли из экспедиции в Гжельское сельское поселение, которая состоялась в октябре 2019 г. Информант 51 года, таксист, рассказал нам, что раньше, «когда дети еще жили с нами», в их доме «главный» телевизор стоял в гостиной. Его нередко смотрели всей семьей. После того как дети стали жить отдельно, информант решил, что телевизор удобнее смотреть в спальне. Так в доме появился еще один телевизор, который стал основным на долгое время. Информант смотрел телевизор в спальне перед сном, жена в это время нередко смотрела телевизор в гостиной. Так в этой семье был представлен отмеченный исследователями переход от семейного телевидения к индивидуальному. Буквально за несколько лет до нашего разговора в экспедиции информант принял решение

убрать телевизор из спальни, потому что «спальня в его понимании для сна, в ней не место телевизору». Однако в интервью информант так описывал свою практику просмотра телеконтента в спальне:

Инф.: *Теперь я перед сном беру планшет, открываю. Вот, видишь, тут у меня приложение [показывает на экране приложение телеканала «НТВ»].*

Соб.: *Так вы то же самое смотрите, что и по телевизору?*

Инф.: *Ну да, я в основном «НТВ» смотрю. Только планшет у меня теперь (Гжель, мужчина, 51 год).*

Тесная взаимосвязь с основными повседневными практиками помогла телесмотрению остаться относительно устойчивой системой даже в ситуации серьезных технологических изменений.

Что видит последнее поколение советских телезрителей?

Для представителей последнего поколения советских телезрителей характерно лояльное отношение к телевизионному контенту. Среди информантов много тех, кто в значительной степени доверяет телевидению («доверяем, конечно, а кому же еще доверять?»).

В этой группе респондентов нет запроса на точность данных, необходимость ее проверки. Они сами не считают нужным это делать и от телевизионщиков этого не ждут.

Соб.: *Вы пробовали когда-нибудь проверять информацию, которую по телевизору показывают?*

Инф.: *Я на таких подробностях не заикиваюсь, у меня на это времени нет (Гжель, женщина, 75 лет).*

Соб.: *А по телевизору правду показывают?*

Инф.: *Правду? Да кому она нужна, эта правда. У людей сердце, давление... А телевизор-то работает (Коксовый, мужчина, 60–65 лет).*

Вторая группа понимает, что телевизионный контент не всегда может быть достоверным. Сравнивая с тем, что они видят в реальной жизни, представители этой группы скептически относятся к телевизионному контенту.

По телевизору дворцы показывают, а у людей заборов нет (Угоры, женщина, 63 года).

Однако для информантов обеих групп характерно лояльное отношение к телевизионному контенту.

Соб.: *Вы новостям доверяете?*

Инф.: *Ну как, доверяем. Хочется-то верить, что нас не обманывают* (Гжель, мужчина, 53 года).

Мы привыкли верить. Мы ж в советские времена родились, мы ж всему верим (Чистополь, женщина, 65 лет).

Отметим, что среди наших информантов есть как те, кто вообще не пользуется интернетом либо пользуется крайне мало (раз в месяц, например, с помощью внуков), так и те, кто довольно активно использует ресурсы этой сети. С каждой экспедицией опыт использования интернета информантами группы «последних советских телезрителей» становился разнообразнее. Наиболее полно в нашей базе он представлен материалами экспедиции в Гжельское сельское поселение. На наш взгляд, на это повлияло и то, что Гжель входит в Московскую область, и то, что постепенно проникновение интернета в сельскую среду становится все интенсивнее и глубже, и то, что мы не только стремились найти совпадения Гжельского материала с предыдущими экспедициями, но и искали новые практики. В итоге на Гжельском материале мы смогли убедиться в том, что даже те респонденты группы последних сельских телезрителей, которые имеют достаточно разнообразный опыт использования интернет-ресурсов, в сеть заходят каждый день, к телевизионному контенту относятся практически так же, как и респонденты без опыта использования интернета. При этом информация в интернете у наших респондентов вызывает большую настороженность, чем телевизионный контент.

Инф.: *Я по телевизору в основном новости смотрю.*

Соб.: *А в интернете?*

Инф.: *А в интернете много мутного. Не доверяю* (Гжель, мужчина, 65 лет).

Я больше «Вестям» доверяю. Все-таки по телевизору врать не будут. А в интернете много разной информации. Есть правда, а есть искажения (Гжель, женщина, 57 лет).

Возможно выделить несколько причин, объясняющих, почему респондентов слабо привлекли новые формы контента. Они обозначены в статье А.А. Новиковой и В.П. Чумаковой. Первая из них — продолжающийся ценностный кризис, связанный с распадом СССР и социокультурной травмой. Уже в перестроечные годы стало очевидно, что ценности нового общества и советские ценности вступают друг с другом в непримиримое противоречие. Названные процессы совпали в России с началом очередного этапа технологических изменений. Приходилось одновременно искать иные ценности и цели, адаптироваться

к внедрению новых технологий (например, сотовых телефонов и интернета), сопротивляться глобализации, которая из научной концепции превратилась в новое ощущение реальности. Прошедшие десятилетия несколько притупили остроту переживаний, однако ценностный конфликт так и не нашел своего разрешения. Особенно остро это ощущается в сельской местности [Новикова, Чумакова 2014].

Свою статью о взаимосвязи телесмотрения и формирования эмоционального сообщества в Советском Союзе Кирстен Бёнкер начала с цитаты респондента о том, что он искренне верил, что жил в лучшей стране, а вспоминая свой опыт телесмотрения, он отмечает, что верил, что все правда [Bönker 2018]. Такое восприятие характерно и для наших респондентов. Следуя за образом-противопоставлением, предложенным Кристин Эванс [Evans 2016] в заголовке книги “Between Truth and Time: A History of Soviet Central Television”¹, мы могли бы сказать, что между временем и правдой наши респонденты выбирают первое. Телевизионный контент и в постсоветский период интереснее и значимее для респондентов, чем реальная действительность. Однако важно уточнить, что, когда наши респонденты говорят о доверии к телевидению, эта характеристика гораздо ближе не к рациональной уверенности, а к эмоциональной вере. Эта вера опирается не столько на оценки того, стоит ли доверять телевидению, сколько на эмоциональную связь (телевидение как источник сильных эмоций, образов, воспоминаний) и желание эту связь сохранить.

В своей недавней книге «Теряя правду» Наталья Рудакова описывает, как меняется российская медиасреда в эпоху постправды [Roudakova 2017]. В частности, она сравнивает отношения журналистов с «правдой» в СССР и современной России и показывает, что если в СССР основной упор был на умолчании, то в XXI в. российские журналисты создают «параллельные миры» иллюзий и не связанных с действительностью образов, которые отвлекают аудиторию от происходящего, смещают фокус внимания. Интересно, что сельские жители, с одной стороны, готовы в целом верить в эти иллюзорные миры, но, с другой стороны, отмечают, что эти миры отличаются от того, в котором они живут.

¹ В этом заголовке обыгрываются как прямые значения слов, так и названия: «Время» — основная новостная программа советского телевидения, «Правда» — основная советская газета, где публиковалась вся значимая идеологическая информация.

Выводы

Мы показали, что в российской сельской местности можно выделить особую группу — «последние советские телезрители». Это поколение людей старше 50 лет, с самого раннего детства включившихся в практики телесмотрения и сохранивших их как основную медиапрактику в течение всей своей жизни. В отличие от более старшего поколения, они познакомились с телевидением достаточно рано, так что оно стало для них привычным, само собой разумеющимся средством массовой информации. В отличие от более младшего поколения, они уже были не так молоды, когда интернет широко распространился в России.

Таким образом, это люди, для которых телевидение было, есть и, по всей видимости, продолжит оставаться основным из медиа, которые они используют. В силу специфики телевидения и медиасреды, которую оно формирует, а также исторического наследия СССР и современных российских особенностей практики этой группы оказываются достаточно монолитными для жителей совершенно разных географически, культурно, социально, экономически, этнически и т.д. разбросанных по России сел.

Телевидение играет центральную смыслообразующую роль в вещной символической среде домашнего пространства этих людей. Имея разные возможности выбора контента (от минимальных до очень значительных), в телесмотрении информанты отдают предпочтение базовому набору телеканалов. На этот выбор мало повлияло расширение технологических возможностей.

Даже при серьезных изменениях основных сфер жизни практики, связанные с медиа, часто сохраняются. Так, многие медийные практики советских телезрителей устояли и в ранний постсоветский период и сохраняются в 2000-е гг. Даже когда телесмотрение индивидуализируется, сохраняется неизменной взаимосвязь повседневной жизни и медийного опыта. Новая обретенная информантами технология адаптируется до тех пор, пока не становится сочетаемой с основными практиками повседневности.

Телевидение воспринимается как очень значимый основной источник контента. Отношение к нему лояльное. Даже в тех ситуациях, когда выбор контента сильно отличался, отношение к нему схоже. В телевизионном контенте респонденты часто находят отражение привычных ценностных ориентиров. Отношения к контенту и технологии (в данном случае телевидению) взаимосвязаны.

Мы также не знаем, будут ли наши выводы характерны в целом для поколения последних советских телезрителей или они актуальны только для сельской среды. Поиск ответов на эти вопросы может стать перспективным направлением развития нашего исследования. Однако отметим несколько особенностей сельского полевого материала, которые нам кажутся значимыми для оценки выводов исследования. По данным Росстата, чуть более четверти населения России является сельским¹. 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 2014: 19]. При этом исследователи отмечают, что в России есть достаточно многочисленное «скрытое сельское население», которое официальной статистикой причисляется к городскому [Зубаревич 2016: 104]. Поэтому, на наш взгляд, сделанные выводы стоит рассматривать не столько как специфичные для сельской среды, сколько как характерные для ситуации отложенных из-за разных ограничений тенденций. У селян, как правило, ограничены материальные возможности и менее благоприятна среда с менее развитой социальной инфраструктурой, что дополнительно сдерживает распространение новых практик [Радаев 2019: 123]. В итоге те практики, которые являются доминирующими, не размываются различными факторами, а становятся ярко выраженными и различными в полевом материале.

В статье описаны далеко не все характеристики «последних советских телезрителей», и дальнейшее их изучение может рассказать более подробно, например, об их отношениях с другими медиа.

Благодарности

В статье используются материалы, собранные в рамках проектов, поддержанных Фондом прикладных фундаментальных исследований НИУ ВШЭ, «Трансформация медиа в России в условиях новой коммуникационной реальности» (2012), «Трансформация российского телесмотрения в условиях появления новых медиаплатформ» (2013), «Медиа в новой социальной, экономической и технологической реальности» (2014), а также проектов, поддержанных Программой Фонда образовательных инноваций в рамках проекта «Открываем Россию заново», «Трансформация медиасреды и практик медиапотребления и медиаиспользования в сель-

¹ Данные официального сайта Федеральной службы государственной статистики. Раздел «Демография» <<https://rosstat.gov.ru/folder/12781>>.

ской местности России (кейс села Глазок Тамбовской области)» (2018), «Трансформация медиасреды и практик медиапотребления и медиаиспользования в сельской местности России (кейс сельской агломерации Гжель Московской области)» (2019). Публикация подготовлена в ходе работы в проекте «Медиа в сельской России: технологии, практики, эффекты» (№ 19-04-041) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета “Высшая школа экономики” (НИУ ВШЭ)» в 2018–2019 гг. и в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации «5-100».

Библиография

- Бойм С. Будущее ностальгии // Неприкосновенный запас. 2013. № 89. <http://nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyu_zapas/89_nz_3_2013/article/10513/>.
- Борецкий Р.А. Беседы об истории телевидения. Лекции, прочитанные на факультете журналистики МГУ в феврале — мае 2010 г. М.: Икар, 2011. 178 с.
- Гудков Л.Д., Дубин Б.В. Общество телезрителей: массы и массовые коммуникации в России конца 90-х годов // Мониторинг общественного мнения. 2001. № 2. С. 31–45.
- Зубаревич Н.В. Социальное развитие регионов России: проблемы и тенденции переходного периода. М.: Леналанд, 2016. 264 с.
- Кирия И.В., Новикова А.А. Депрессивное медиапотребление (исследование телевизионных предпочтений сельских жителей) // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2013. № 5. С. 53–63; № 6. С. 154–167.
- Маклюэн М., Фиоре К. Война и мир в глобальной деревне. М.: АСТ, 2011. 224 с.
- Нефедова Т.Г. Десять актуальных вопросов о сельской России: ответы географа. М.: Леналанд, 2014. 456 с.
- Новикова А.А., Чумакова В.П. Советские фильмы в новой медиасреде: идеализация или дискредитация представлений о прошлом // Обсерватория культуры. 2014. № 2. С. 61–67. doi: 10.25281/2072-3156-2014-0-2-61-67.
- Петрова Е.В. Взаимовлияние медиаконтента и культуры повседневности сельского поселения Юга России: проблема нового времени и пространства // Обсерватория культуры. 2016. № 1. С. 36–43. doi: 10.25281/2072-3156-2016-1-1-36-43.
- Полуэхтова И.А. Динамика российской телеаудитории // Социологические исследования. 2010. № 1. С. 66–77.
- Радаев В.В. Миллениалы: как меняется российское общество. М.: ИД Высшей школы экономики, 2019. 224 с.
- Соколов М.М. Поколения вместо классов? Возраст и потребительская революция в России // Социология власти. 2019. № 31(1). С. 71–91. doi: 10.22394/2074-0492-2019-1-71-91.
- Средства массовой информации и пропаганды. Вып. 4: Исторический опыт партийной и советской печати, радиовещания и телевидения. Б. м.: Б. и., 1985. 135 с.

- Телевидение в 2018 году. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2019. 103 с.
- Фирсов Б.М. Телевидение глазами социолога. М.: Искусство, 1971. 191 с.
- Фомичева И.Д. Печать, телевидение и радио в жизни советского человека. М.: Изд-во МГУ, 1987. 167 с.
- Чумакова В.П., Хайрутдинова А.А. Село у экрана в начале XX и начале XXI веков: очерк о ремедиации фигуры комментатора // Наука телевидения. 2019. № 4. С. 110–127. doi: 10.30628/1994-9529-2019-15.4-110-127.
- Юрчак А. Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. М.: НЛЮ, 2017. 664 с.
- A Dictionary of Media and Communication. Oxford: Oxford University Press, 2011. <<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095927728>>.
- Brassard J. Cartoon Animals vs. Actual Russians: Russian Television and the Dynamics of Global Cultural Exchange // VIEW. Journal of European Television History and Culture. 2021. Vol. 10. No. 19. P. 4–15. doi: 10.18146/view.252.
- Bönker K. “Dear Television Workers...”: TV Consumption and Political Communication in the Late Soviet Union // Cahiers du Monde russe. 2015, Avril-septembre. Vol. 56. No. 2/3: Communiquer en URSS et en Europe socialiste: Techniques, politiques, cultures et pratiques sociales / Communications and Media in the USSR and Eastern Europe: Technologies, Politics, Cultures, Social Practices. P. 371–399. doi: 10.4000/monde-russe.8188.
- Bönker K. Watching Television and Emotional Commitment in the Late Soviet Union // Euxeinos. 2018. Vol. 8. No. 25–26. P. 61–71.
- Evans C. Between Truth and Time: A History of Soviet Central Television. New Haven; L.: Yale University Press, 2016. 340 p.
- Hutchings S., Szostek J. Dominant Narratives in Russian Political and Media Discourse during the Ukraine Crisis // Ukraine and Russia: People, Politics, Propaganda and Perspectives — E-IR Edited Collection. 2015, Apr. 28. <<https://www.e-ir.info/2015/04/28/dominant-narratives-in-russian-political-and-media-discourse-during-the-crisis/>>.
- Kalinina E. Multiple Faces of the Nostalgia Channel in Russia // VIEW. Journal of European Television History and Culture. Vol. 3. No. 5. P. 108–118. doi: 10.18146/2213-0969.2014.jethc061.
- Khinkulova K. Hello, Lenin? Nostalgia on Post-Soviet Television in Russia and Ukraine // VIEW. Journal of European Television History and Culture. Vol. 1. No. 2. P. 94–104. doi: 10.18146/2213-0969.2012.jethc022.
- Livingstone S. From Family Television to Bedroom Culture: Young People’s Media at Home // Devereux E. (ed.). Media Studies: Key Issues and Debates. L.: Sage, 2007. P. 302–321.
- Mickiewicz E. Split Signals: Television and Politics in the Soviet Union. N.Y.: Oxford University Press, 1988. 286 p.
- Morley D. Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure. L.: Comedia, 1986. 178 p.

- Roth-Ey K.* Moscow Prime Time: How the Soviet Union Built the Media Empire That Lost the Cultural Cold War. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2011. 315 p.
- Roth-Ey K.* Conjuring the Bad Object? New Writing on Television in Socialist Eastern Europe // *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*. 2020. Vol. 21. No. 4. P. 915–927. doi: 10.1353/kri.2020.0048.
- Roth-Ey K., Zakharova L.* Communications and Media in the USSR and Eastern Europe // *Cahiers du Monde russe*. 2015, Avril-septembre. Vol. 56. No. 2/3: Communiquer en URSS et en Europe socialiste: Techniques, politiques, cultures et pratiques sociales / Communications and Media in the USSR and Eastern Europe: Technologies, Politics, Cultures, Social Practices. P. 273–289. doi: 10.4000/monderusse.8182.
- Roudakova N.* Losing Pravda: Ethics and the Press in Post-truth Russia. Cambridge: Cambridge University Press, 2017. 274 p.
- Tolz V., Teper Y.* Broadcasting Agitainment: A New Media Strategy of Putin's Third Presidency // *Post-Soviet Affairs*. 2018. Vol. 34. No. 4. P. 213–227. doi: 10.1080/1060586X.2018.1459023.
- Wijermars M.* Memory Politics in Contemporary Russia. Television, Cinema and the State. Abingdon: Routledge, 2020. 258 p.
- Yablokov I., Schimpfössl E.* A Brief History of News Making in Russia // *Journalism*. 2020, Aug. 12. doi: 10.1177/1464884920941951.

The Soviet TV Viewer in the Post-Soviet Period: Portrait in a Rural Environment

Evgeniya Petrova

National Research University “Higher School of Economics”
11 Pokrovsky Blvd, Moscow, Russia
evpetrova@hse.ru

Varvara Preter

Ben-Gurion University of the Negev
1 David Ben Gurion Blvd, Be'er Sheva, Israel
preterv@post.bgu.ac.il

The article analyzes the phenomenon that we call the “last Soviet TV viewers” in the Russian rural areas. This is the generation of people over 50 years old who were the first for whom television became the primary medium from a young age, and who today are the last for whom it continues to be. The peculiarities of the practices of television viewing and interaction with television have become central to the analysis.

The study is based on materials from six field expeditions (2012–2019) to the rural areas of Russia, in which, out of 263 collected in-depth interviews and observations, 106 were conducted with people whom we attribute to this phenomenon and allow us to draw conclusions about the features of their television viewing.

The article examines how television is represented in the daily life of rural settlers, what the rural “last Soviet TV viewers” watch in the post-Soviet period, what the current practices of television viewing are, and how the villagers relate to television content and technology. Television was and remains the main medium for the studied group and is perceived as a significant source of content. Many media practices of Soviet television viewers survived in the early post-Soviet period and persist in the 2000s. The new technology acquired by the informants is adapted until it becomes compatible with the basic practices of everyday life.

Keywords: media practices, TV-viewing, rural settlers, generations.

Acknowledgements

The article uses materials collected within the framework of projects supported by the HSE Foundation for Applied Fundamental Research: “Transformation of Media in Russia in the context of a new communication reality”, 2012; “Transformation of Russian television viewing in the context of the emergence of new media platforms”, 2013; “Media in a new social, economic and technological reality”, 2014. And also within the framework of projects supported by the Program of the Educational Innovation Foundation within the framework of the project “Rediscovering Russia”: “Transformation of the media environment and practices of media consumption and media use in rural areas of Russia (case of the village of Glazok, Tambov region)”, 2018, “Transformation of the media environment and practices of media consumption and media use in rural areas of Russia (case of rural agglomeration Gzhel of the Moscow region)”, 2019.

The publication was prepared during the work in the project “Media in rural Russia: technologies, practices, effects” (No. 19-04-041) within the framework of the Program “Scientific Foundation of the National Research University Higher School of Economics (HSE)” in 2018–2019 and within the framework of state support of the leading universities of the Russian Federation “5-100”.

References

- A *Dictionary of Media and Communication*. Oxford: Oxford University Press, 2011. <<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095927728>>.
- Boym S., ‘Budushchee nostalgii’ [The Future of Nostalgia], *Neprekosnovenny zapas*, 2013, no. 89. <www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovenny_zapas/89_nz_3_2013/article/10513/>. (In Russian).
- Boretskiy R. A., *Besedy ob istorii televideniya* [Conversations about the History of Television]. Moscow: Ikar, 2011, 178 pp. (In Russian).

- Brassard J., 'Cartoon Animals vs. Actual Russians: Russian Television and the Dynamics of Global Cultural Exchange', *VIEW. Journal of European Television History and Culture*, 2021, vol. 10, no. 19, pp. 4–15. doi: 10.18146/view.252.
- Bönker K., "'Dear Television Workers...": TV Consumption and Political Communication in the Late Soviet Union', *Cahiers du Monde russe*, 2015, Avril-septembre, vol. 56, no. 2/3: *Communiquer en URSS et en Europe socialiste: Techniques, politiques, cultures et pratiques sociales / Communications and Media in the USSR and Eastern Europe: Technologies, Politics, Cultures, Social Practices*, pp. 371–399. doi: 10.4000/monde-russe.8188.
- Bönker K., 'Watching Television and Emotional Commitment in the Late Soviet Union', *Euxeinos*, 2018, vol. 8, no. 25–26, pp. 61–71.
- Chumakova V. P., Khairutdinova A. A., 'Selo u ekrana v nachale XX i nachale XXI vekov: ocherk o remediatsii figury kommentatora' [A Village at the Screen in the Early 20th and Early 21st Centuries: An Essay on the Remediation of the Commentator's Figure], *Nauka teledeniya*, 2019, no. 4, pp. 110–127. (In Russian).
- Evans C., *Between Truth and Time: A History of Soviet Central Television*. New Haven; London: Yale University Press, 2016, 340 pp.
- Firsov B. M., *Televidenie glazami sotsiologa* [Television through the Eyes of a Sociologist]. Moscow: Iskusstvo, 1971, 191 pp. (In Russian).
- Fomicheva I. D., *Pechat, teledeniye i radio v zhizni sovetskogo cheloveka* [Press, Television and Radio in the Life of a Soviet Person]. Moscow: Moscow State University Press, 1987, 167 pp. (In Russian).
- Gudkov L. D., Dubin B. V., 'Obshchestvo telezriteley: massy i massovye kommunikatsii v Rossii kontsa 90-kh godov' [Society of TV Viewers: The Masses and Mass Communications in Russia at the End of the 90s], *Monitoring obschestvennogo mneniya*, 2001, no. 2, pp. 31–45. (In Russian).
- Hutchings S., Szostek J., 'Dominant Narratives in Russian Political and Media Discourse during the Ukraine Crisis', *Ukraine and Russia: People, Politics, Propaganda and Perspectives — E-IR Edited Collection*. 2015, Apr. 28. <<https://www.e-ir.info/2015/04/28/dominant-narratives-in-russian-political-and-media-discourse-during-the-crisis/>>.
- Kalinina E., 'Multiple Faces of the Nostalgia Channel in Russia', *VIEW. Journal of European Television History and Culture*, vol. 3, no. 5, pp. 108–118. doi: 10.18146/2213-0969.2014.jethc061.
- Khinkulova K., 'Hello, Lenin? Nostalgia on Post-Soviet Television in Russia and Ukraine', *VIEW. Journal of European Television History and Culture*, vol. 1, no. 2, pp. 94–104. doi: 10.18146/2213-0969.2012.jethc022.
- Kiriya I. V., Novikova A. A., 'Depressivnoe mediapotreblenie (issledovanie televizionnykh predpochteniy selskikh zhiteley)' [Depressive Media Consumption (Study of Television Preferences of Rural Residents)], *Vestnik Moskovskogo Universiteta*, Series 10: Journalism, 2013, no. 5, pp. 53–63; no. 6, pp. 154–167. (In Russian).
- Livingstone S., 'From Family Television to Bedroom Culture: Young People's Media at Home', Devereux E. (ed.), *Media Studies: Key Issues and Debates*. London: Sage, 2007, pp. 302–321.

- McLuhan M., Fiore, Q., *War and Peace in the Global Village: An Inventory of Some of the Current Spastic Situations That Could Be Eliminated by More Feedforward*. New York: Bantam, 1968, 190 pp.
- Mickiewicz E., *Split Signals: Television and Politics in the Soviet Union*. New York: Oxford University Press, 1988, 286 pp.
- Morley D., *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia, 1986, 178 pp.
- Nefedova T. G., *Desyat aktualnykh voprosov o selskoy Rossii: otvety geografa* [Ten Topical Questions about Rural Russia: Answers of a Geographer]. Moscow: Lenaland, 2014, 456 pp. (In Russian).
- Novikova A. A., Chumakova V. P., 'Sovetskie filmy v novoy mediasrede: idealizatsiya ili diskreditatsiya predstavleniy o proshlom' [Soviet Films in the New Media Environment: Idealization or Discrediting of Ideas about the Past], *Observatoria kulturi*, 2014, no. 2, pp. 61–67 (In Russian).
- Petrova E. V., 'Vzaimovliyanie mediakontenta i kultury povsednevnosti selskogo poseleniya Yuga Rossii: problema novogo vremeni i prostranstva' [The Mutual Influence of Media Content and the Culture of Everyday Life of the Rural Settlement of the South of Russia: The Problem of New Time and Space], *Observatoria kulturi*, 2016, no. 1, pp. 36–43. doi: 10.25281/2072-3156-2016-1-1-36-43. (In Russian).
- Poluekhtova I. A., 'Dinamika rossiyskoy teleauditorii' [Dynamics of the Russian TV audience], *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2010, no. 1, pp. 66–77. (In Russian).
- Radaev V. V., *Millenialy: kak menyaetsya rossiyskoe obshchestvo* [Millennials: How Russian Society is Changing]. Moscow: The Higher School of Economics Press, 2019, 224 pp. (In Russian).
- Roth-Ey K., *Moscow Prime Time: How the Soviet Union Built the Media Empire That Lost the Cultural Cold War*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 2011, 315 pp.
- Roth-Ey K., 'Conjuring the Bad Object? New Writing on Television in Socialist Eastern Europe', *Kritika: Explorations in Russian and Eurasian History*, 2020, vol. 21, no. 4, pp. 915–927. doi: 10.1353/kri.2020.0048.
- Roth-Ey K., Zakharova L., 'Communications and Media in the USSR and Eastern Europe', *Cahiers du Monde russe*, 2015, Avril-septembre, vol. 56, no. 2/3: *Communiquer en URSS et en Europe socialiste: Techniques, politiques, cultures et pratiques sociales / Communications and Media in the USSR and Eastern Europe: Technologies, Politics, Cultures, Social Practices*, no. 2–3, pp. 273–289. doi: 10.4000/monderusse.8182.
- Roudakova N., *Losing Pravda: Ethics and the Press in Post-truth Russia*. Cambridge: Cambridge University Press, 2017, 274 pp.
- Sokolov M. M., 'Pokoleniya vmesto klassov? Vozrast i potrebitelskaya revolyutsiya v Rossii' [Generations instead of Classes? Age and Consumer Revolution in Russia], *Sotsiologiya vlasti*, 2017, no. 31(1), pp. 71–91. doi: 10.22394/2074-0492-2019-1-71-91. (In Russian).
- Sredstva massovoy informatsii i propagandy* [Media and Means of Propaganda]. Is. 4: *Istoricheskiy opyt partiynoy i sovetskoy pechati, radioveshchaniya i televideniya* [Historical Experience of Party and Soviet Press, Radio and TV]. S. l.: S. n., 1985, 135 pp.

- Televidenie v 2018 godu. Sostoyanie, tendentsii i perspektivy razvitiya. Otrasevyy doklad* [Television in 2018. State, Trends and Development Prospects. Industry Report]. Moscow: Federal Agency for Press and Mass Media, 2019. (In Russian).
- Tolz V., Teper Y., 'Broadcasting Agitainment: A New Media Strategy of Putin's Third Presidency', *Post-Soviet Affairs*, 2018, vol. 34, no. 4, pp. 213–227. doi: 10.1080/1060586X.2018.1459023.
- Wijermars M., *Memory Politics in Contemporary Russia. Television, Cinema and the State*. Abingdon: Routledge, 2020, 258 pp.
- Yablokov I., Schimpfössl E., 'A Brief History of News Making in Russia', *Journalism*, 2020, Aug. 12. doi: 10.1177/1464884920941951.
- Yurchak A., *Eto bylo navsegda, poka ne konchilos. Poslednee sovetskoe pokolenie* [Everything Was Forever, Until It Was No More: The Last Soviet Generation]. Moscow: NLO, 2017, 664 pp. (In Russian).
- Zubarevich N. V., *Sotsialnoe razvitie regionov Rossii: problemy i tendentsii perekhodnogo perioda* [Social Development of Russian Regions: Problems and Trends in the Transition Period]. Moscow: Lenaland, 2016, 264 pp. (In Russian).