

УДК 316.77

ББК 76.0

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРАКТИК
МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ КАК ПОВСЕДНЕВНЫХ ПРАКТИК ЖИЗНИ
В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ**

Ильмухин В.Н.

Аспирант кафедры гуманитарных и социальных наук

Российский университет дружбы народов

Московская область, п. ВНИИССОК

vilmukhin@mail.ru

**SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF MEDIA CONSUMPTION
PRACTICES AS THE EVERYDAY PRACTICES OF URBAN LIFE**

Ilmukhin V.

Graduate of the Department of Humanities and Social Sciences

Russian University of Peoples' Friendship

Moscow region, n. VNISSOK

vilmukhin@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Одной из значимых областей жизнедеятельности современного горожанина является взаимодействие с медиа. Тогда как медиапотребление выступает важной повседневной практикой городской жизни. В разное время социальные поведенческие практики выступали объектом изучения множества ученых. В статье выделены сущностные характеристики понятия социальной поведенческой практики, что позволило рассмотреть практики медиапотребления с позиций общей теории социальных практик.

ABSTRACT

One of the most important areas of modern city life the interaction with the media. Whereas media consumption is important everyday practice of urban life. On the basis of a set of works on the theory of practices are highlighted the essential characteristics of the concept of social practices that give a solid understanding of the structure and necessary conditions for the implementation of practices. Different researches investigated social practice theme. Essential characteristics of the concept of social behavioral practice are distinguished, and it enabled look at media consumption practices through sociological theory of practice.

Ключевые слова: медиасоциология || социология города || практики медиапотребления || социальные поведенческие практики

Keywords: media sociology || urban sociology || media consumption practices || social behavioral practices

Городская среда обитания является продуктом извечного человеческого стремления к изменению окружающей среды, ее трансформации, приспособления под нужды обитателей. Однако процесс преобразования не является сугубо односторонним. Значительное количество исследований посвящено описанию и доказательству того, что среда большого города не просто влияет на повседневность человека, а коренным образом задает ее. Человек мегаполиса иной в сравнении с человеком традиционной сельской общины. Влияние городской среды обусловлено различными факторами и имеет место во множестве сфер жизнедеятельности человека.

Одной из значимых областей жизнедеятельности современного горожанина является взаимодействие с медиа. Тогда как медиапотребление выступает важной повседневной практикой городской жизни. Развитие коммуникационных технологий вызвало колоссальные изменения нашей повседневной жизни. Средства коммуникации настолько прочно вошли в наш быт, что теперь сложно представить современную жизнь без них. Доступ

к информации заметно облегчился, так что теперь о событиях в отдаленных частях света можно узнать мгновенно и посредством множества каналов коммуникации, от газет до интернета. Современная городская среда неотделима от процесса медиапотребления, слита с ним в одно целое. Оно отчасти совпадает и переплетается с другими занятиями, одной из причин такого положения дел является то, что специфические практики медиапотребления, которых придерживаются люди, происходят от других аспектов повседневной человеческой жизнедеятельности. Так, люди включают телевизор, чтобы создать фон для приготовления обеда или чтобы занять ребенка; слушают радио, чтобы скоротать время по дороге на работу; читают книги, чтобы расслабиться и забыть о хлопотах повседневной жизни.

Использование медиа становится ключевой характеристикой общества и повседневной жизни. Почти половина времени бодрствования современного человека проводится в компании медиа. Средний российский горожанин бодрствует в день около 15 часов 55 минут и 8 часов 15 минут из этого времени вовлечен в медиа и коммуникационную активность, т.е. 52% от времени бодрствования [6], причем эта цифра напрямую зависит от технологической развитости индивидуальной и семейной медиасреды. Современное состояние медиапотребления описывается глубоким и тесным переплетением медиапрактик с рутинными повседневными занятиями человека. Просмотр телевизора практически тождественно домашнему досугу (66% россиян смотрят телевизор для отдыха и развлечения [8]), а поездки в машине сопровождаются радиослушанием (76% россиян слушают радио в автомобиле [7]).

При этом практики медиапотребления различаются в зависимости от того кто, когда и где взаимодействует с медиасредой. Очевидно, что практик медиапотребления жителей большого города в значительной мере отличаются от соответствующих поведенческих характеристик сельских жителей и населения малых городов [9]. Это влияние заметно как в глобальном масштабе (среда обитания дает возможность коммуницировать с

определенными медиа или делает их недостижимыми), так и в повседневных рутинных мелочах (тип городского поселения влияет на то, в какое время суток человек смотрит телевизор и какие жанры предпочитает и т.д.).

Представители Торронтской школы — Г. Иннис и М. Маклюэн, а также представитель кибернетического подхода к исследованию коммуникаций Н. Виннер, рассматривали медиапотребление, акцентируя внимание на технических устройствах. Именно эти ученые заложили основы теории массовой коммуникации. Теория Н. Виннера предполагает построение общества нового типа на базе свободного распространения информации и безраздельной власти компьютеров, так как только техника способна привести общество в порядок [11]. Г. Иннис и М. Маклюэн, обращают внимание на эффекты функционирования медиа и современных устройств коммуникации в обществе [2;17;18].

Тем не менее, исключительно эмпирического подхода к изучению медиапотребления оказалось недостаточно для объяснения социальной стороны медиапотребления, его положения в структуре общественных процессов. В данном определении «социальное» означает рутинное, повседневное действие, и соответственно, практики выступают как часть повседневности. В этой связи, в русле социологии коммуникаций развивается точка зрения на медиапотребление, рассматривающая его в контексте коммуникаций происходящих в обществе и разнообразных социальных действий человека.

Взгляд на медиапотребление, когда оно в своем определении не сводится к буквальному использованию технических устройств и физических устройств, осуществляющих коммуникационную функцию (телевизора, радио, телефонов, печатных изданий и т.д.), ярко выражен в работах известного российского ученого В. П. Коломийца. Так по его определению «медиапотребление» означает «социальную практику использования коммуникационных средств (медиа) для получения и освоения символического содержания и осуществления социальных связей и

взаимодействий» [16, С. 160]. То есть его определение не сводится к односложному использованию технических коммуникационных устройств, оно гораздо шире. Медиапотребление — это активный процесс потребления и осмысления контента, то есть содержания коммуникации. Данный подход учитывает многообразие повседневных практик человека, рассматривает медиапотребление в общей структуре человеческой деятельности. В рамках социологической науки обозначенная концепция опирается на теорию, рассматривающая деятельность человека в категориях социальных практик.

В социологической науке понятие раскрывается в категории «социальная практика», которое подразумевает «совокупность принятых в культуре (традиционных) способов деятельности, навыков обращения с различными предметами; мышление или действие «по привычке», следование правилу, поведение, имеющее ритуальный характер; частные социальные институты» [15, С. 154]. Социальные практики выступают базисом социального действия и находятся в основе социальной жизни. Среди исследователей, способствовавших становлению общей теории социальных практик, выделяются М. Хайдеггер, Л. Витгенштейн, Г. Райл, М. Полани, М. Мосс, Н. Элиас, М. Фуко, М. Де Серто, Дж. Скотт, А. Макинтайр, Б. Латур, Дж. Делез, П. Бурдьё и Э. Гидденс. В России данное направление активно разрабатывается в Европейском университете (г. Санкт-Петербурге) В. В. Волковым и О. В. Хахординым. Ими был проведен блестящий анализ теории практик и основных работ, связанных с этим направлением социальной теории, который вылился в книгу «Теория практик». Именно на основе этой фундаментальной работы выделены сущностные характеристики понятия социальной практики, дающие целостное понимание структуры, обстоятельствах и необходимых условиях осуществления практик.

Прежде всего, практика — это конкретная деятельность. Она прослеживается в повседневных повторяющихся действиях человека. Практика происходит по воле конкретных людей в конкретном времени и пространстве, и, соответственно, должна быть наблюдаема. Э. Дюркгейм

отмечал следующий факт, что практики, в отличие от необозримых убеждений, реальны и поддаются изучению в мельчайших подробностях. Л. Витгенштейн также подчеркивал, что практика — поддается наблюдению, «то есть вся совокупность производимых действий, только ее не замечают либо по причине непроблематичности, либо считая ее внешним проявлением чего-то скрытого, стоящего за ней — сознания, мышления, когнитивных процессов и т. п.» [12, С. 63].

Практика — это вошедший в привычку повторяющийся образ действий. Это подразумевает автоматизм совершения действий в повседневных ординарных ситуациях.

Практика как действие или их совокупность сопровождается конкретным «фоном», или контекстом. Под фоном понимается совокупность других различных практик, которые осуществляются параллельно изучаемой практике. Понятие «фон» активно используется в гештальтпсихологии, где его присутствие изучается как необходимое условие любого восприятия: фигура никогда не рассматривается самостоятельно, передний план всегда подразумевает наличие заднего плана [21, С. 72.]. Дж. Сёрль и Х. Дрейфус рассматривают понятие фона не только для изучения визуальной перцепции, но и вербальной. Так, Сёрль отмечает, что разумное понимание речи одного человека другим находится в зависимости от совпадения фона обоих участников коммуникации [4]. Дрейфус под фоном понимает некоторую совокупность практик, в рамках которой происходит социализация членов определенного общества. Если объект и субъект коммуникации не существуют одновременно в одних и тех же практиках взаимодействия с окружающим миром, их понимание одних и тех же ситуаций и поступков будет совершенно разным, и адекватное общение невозможным [1].

В общую организацию поведенческих практик человека включается процедура анализа внешней обстановки на предмет допустимости в ней конкретной практики, то есть способность индивидов сравнивать свои поведенческие действия со сложившимися нормами окружающей

действительности. Эта процедура делает возможным оценить ситуацию и классифицировать ее. В каждой конкретной ситуации человек сравнивает ее с теми, что происходили в его предыдущем жизненном опыте, ищет схожие ситуации, оценивает допустимость определенного алгоритма действий и строит последующее поведение в соответствии. Если ситуация ординарна, то есть в ней нет ничего необычного, то классификация и действие происходят автоматически. Однако если ситуация неординарна, то индивид пытается выявить в ней такие элементы которые позволили бы максимально близко сравнить ситуацию с теми, что есть в его собственном опыте и далее действовать по уже готовому шаблону. В разное время разные исследователи по-разному именовали жизненный опыт или багаж знаний индивида, на базе которого происходит оценка и классификация ситуации. П. Бурдьё оперировал термином «габитус». Он дает ему определение как «система устойчивых и переносимых диспозиций, структурированные структуры, предрасположенные функционировать как структурирующие структуры, т. е. как принципы, порождающие практики и представления...» [10]. Дж. Сёрль использовал понятие фон, фоновые навыки [4], А. Реквиц — фоновое знание (background knowledge) [3], у И. Гофмана встречается фрейм [14], у Ч. Тейлора — фоновое понимание (background understanding) [5], Л. Витгенштейн именовал понятие как следование правилу [12].

Существенной характеристикой практик является их коллективный формат. Выше уже отмечалось, что практика есть выполнение реальных действий определенным способом. Значительной особенностью этих поступков является то, что члены общества, к которому относится человек, должны распознавать и понимать реализуемую человеком практику.

П. Уинч отмечал, что всякий разумный поступок по своей сути— следование правилу, но правило никогда не соблюдается индивидуально. Соблюдение правила подразумевает существование человеческого сообщества, которое учреждает публичные меры корректности выполнения конкретного правила. Твердо заданная процедура соблюдения правила

происходит из коллективных механизмов обучения и будущей фильтрации ложных действий. В мере обучения индивид запоминает практику вместе с правилами ее реализации [19, С. 38].

Кроме «социальных знаний» (фрейм, фон и т. д.), т. е. знаний, опыта и умений, приобретенных в ходе социализации, также различаются особые навыки и умения, освоенные специально для совершения ежедневных рутинных действий (приготовление пищи, набор текста на клавиатуре и т. д.). М. Полани и Г. Райл обозначили отличие практического неявного знания (знание «как») и содержательного фактуального знания (знание «что»). Знание «что» говорит о конкретном действии, навыке, которые можно выразить словами (программа тренировок, схема эвакуации и т. д.). Однако самостоятельно это знание ничего не говорит о навыках осуществления этих практик. Реализация, выполнение нуждаются в знаниях иного характера — практического знания «как». Будучи по своей форме неявным, это знание прослеживается в конкретном умении (преимущественно телесном) и заключается не в программах, правилах, а в реальных привычных поступках. Для подобного рода знания требуются наличие примера решения конкретной задачи, образцов выполнения действий, постоянные упражнения, собственные пробы и ошибки [13, С. 79].

Выполнение практики происходит с применением «инструмента». Инструментом выступает как собственное тело человека, руки, голос и т.д., так и внешний предмет, который становится, таким образом, продолжением человека или его органов чувств. Волков и Хахордин пишут: «В процессе деятельности человек использует различные инструменты и подручные средства для достижения своих целей. В подручном мире вещи, знаки, фразы повседневного языка выступают как инструменты, а человек — как умелый пользователь, обладающий соответствующим знанием или навыками, без которых ни один вид практической деятельности не был бы возможен» [19, С. 72].

Таким образом, социальные практики — это набор принятых в обществе алгоритмов и образов действий, умений обращения со специальными инструментами; ход мыслей или поступков «по привычке»; следование шаблонам, соблюдение правил, ритуалов, образцов поведения, основанных на общественных социальных ожиданиях, мнениях, нормах и эталонах. Поведенческие практики заполняют повторяющуюся повседневность индивида. Кроме непосредственно устоявшихся образов действий, практики содержат отношение действующего лица к объектам взаимодействия.

Термин «медиапотребление» широко используется в настоящее время и с научной точки зрения относится к предметной сфере медиасоциологии — отрасли социологической науки, изучающей поведение людей в современной медийной среде [16, С.73]. Социологический аспект медиапотребления заключается во влиянии, оказываемом на общество феноменом медиа, как уникальной среды коммуникационных технологий, в которой живет человек и как потребляемого потока символического содержания коммуникации [16, С.74]. Социолог П. Штомпка писал, что социология — «наука о людях, действующих в поле взаимоотношений друг с другом и придающих этому полю динамику постоянного функционирования и формирования, о людях, которые превращают повторные, фиксируемые их сознанием, иногда не преднамеренные результаты и последствия своих действий в те структурные и культурные рамки, в которых происходят дальнейшие действия последующих поколений» [20, С.32]. Медиа здесь выступает средой (полем) взаимоотношений людей, медиапотребление является важнейшим аспектом функционирования медиаиндустрии, в качестве культурных и структурных рамок выступают практики медиапотребления, которые с успехом передаются от поколения к поколению. Медиасоциология предоставляет взгляд на медиа как на аспект социальной жизни, определяющий социальные практики людей. Современная информационная эпоха предполагает рассмотрение информационной среды как среды нового типа окружающей

человека, задающей новые формы социальных практик и профили идентичности. С этого ракурса, при посредничестве информационных и коммуникационных технологий, люди не только воспроизводят привычные образцы общественных отношений, но и формируют новые.

Медиапотребление обладает необходимыми сущностными характеристиками, позволяющими квалифицировать его как социальную поведенческую практику:

Ситуативная деятельность. Конкретные практики медиапотребления, их форма и нюансы осуществления обусловлены социальным, пространственно-временным контекстом, в котором находится человек. К примеру, выбор телепередачи для семейного просмотра может определяться главой семьи, или молодой человек использует планшет только в поездках в общественном транспорте.

Рутинизированная деятельность. Процесс медиапотребления тесно переплетен с повседневными практиками человека, и они не всегда разводятся в восприятии человека как разные виды деятельности. Люди зачастую плохо осознают то, насколько они используют какое либо медиа, так как не фокусируются на этом. Так, вечерний телепросмотр — это также и практика проведения досуга, общения с семьей. А в процессе домашних дел (уборка, приготовление пищи) зачастую осуществляется фоновый телепросмотр или прослушивание радио.

Квалификационная деятельность. Медиапотребление требует наличия навыков управления определенными техническими устройствами. Люди старшего возраста, как правило, хуже взаимодействуют с новыми медиасредствами, и поэтому могут не использовать все разнообразие технических возможностей устройства.

Интерпретационная деятельность. Медиапотребление предполагает декодирование контента пользователем. Для постижения смысла информации, полученной через медиасредства, требуется определенная степень внимания и интерпретационной деятельности. К примеру, смотреть

один и тот же фильм можно несколько раз, но если человек при этом постоянно отвлекается на домашние дела, вряд ли он поймет смысл увиденного.

Технически-обусловленная деятельность. Осуществление практик медиапотребления невозможно без технических, физических медиасредств, так и физических человека.

Несмотря на многообразие теоретических подходов к проблематике поведенческих практик, они имеют много общих моментов, позволяющих выделить сущностные характеристики понятия поведенческой практики. Практическая направленность этого упражнения в том, чтобы иметь возможность рассмотреть практики медиапотребления с позиций теоретиков общей теории социальных практик. Таким образом, практики медиапотребления рутинизированны, активны, ситуативны, подвержены интерпретации, технически-обусловлены и требуют квалификации исполнителя.

Список литературы

1. Dreyfus H. L. 1990. On the ordering of things: Being and power in Heidegger and Foucault. *The Southern Journal of Philosophy*. 28 (S1): 83–96.
2. Innis H.A. 1975. *Empire and Communication*. L.
3. Reckwitz A. 2002. Toward a Theory of Social Practices. *European Journal of Social Theory*. 2002. 5 (2).
4. Searle J. 1980. The Background of Meaning. In: Searle J. et al. *Speech Act Theory and Pragmatics*. Dordrecht, 1980.
5. Taylor Ch. 1996. *Philosophical Arguments*. Cambridge.
6. TNS Россия – M'Index, Россия — 2015 2 полугодие.
7. TNS Россия – Radio Index, Россия – апрель-сентябрь 2015.
8. TNS Россия – TV Index, Radio Index, WEB Index, M'Index, 2014 1 полугодие.
9. Аналитический центр Видео Интернешнл. ТВГТЗ 2011.

10. Бурдье, П. 2001. Практический смысл. СПб. Алетейя.
11. Виннер Н. 1958. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине. М.
12. Витгенштейн Л. 1985. Философские исследования. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. М. 79—128.
13. Волков В. В., Хахорин О. В. 2008. Теория практик. СПб.
14. Гофман И. 2004. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М.
15. Добренков В. И., Кравченко А. И. 2003-2004. Социология: в 3-ёх томах: словарь по книге. М.: Социологический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова.
16. Коломиец В.П. 2014. Медиа социология: теория и практика.
17. Маклюэн Г. М. 2003. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.
18. Маклюэн Г.М. 2003. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. М.
19. Уинч П. 1996. Идея социальной науки и ее отношение к философии. М.
20. Штомпка П. 2008. Социология. Анализ современного общества. М.
21. Ярошевский М. Г. 1996. История психологии от античности до середины XX В. Учеб. пособие. М.