

Тенденции медиапотребления в современном российском обществе.

Научный руководитель – Чудновская Ирина Николаевна

Бабичев Михаил Александрович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: babichev.mikhail@gmail.com

С конца 19в. средства массовой коммуникации стали кардинально влиять на социальную сферу. Развитие, прежде всего периодических печатных изданий и телефонной связи привело к доселе невиданным возможностям информирования населения. Массовые тиражи газет, заполнившие большинство европейских городов, стали трансляторами новых стандартизированных образов. Общество стало выходить далеко за рамки географических и национальных границ.

В 20 - 21в.в. произошло невиданное ускорение процессов коммуникации. Все чаще социологический дискурс обращается к исследованию медиасреды исследуя ее как важнейший детерминант социальных процессов. Так, например, Д. Ваттимо прямо говорит о том, что «в рождении общества постмодерна решающая роль принадлежит масс-медиа» (Ваттимо, 2002, С.10).

Современное человечество погружено в медиасреду. Для большинства из них, медиапотребление это часть ежедневного опыта и важная социальная практика. Подобную повторяемость действий Бергер и Лукман в работе «Социальное конструирование реальности» обозначали как хабиутуализацию или опривычивание. «Социальной практикой можно считать, как целесообразные действия индивидов по преобразованию социального мира, так и каждодневные, привычные поступки, не требующие объяснения и зачастую кажущиеся внешнему наблюдателю лишены смысла или же нелогичными» (Шугальский, 2012, с 276). Более того, важность изучения данной социальной практикой объясняется тем, что она может вытеснять другие, более привычные практики, примером может служить опрос General Social Survey, в рамках которого было выяснено, что дети старшего возраста, имеющие телевизор в комнате склонны читать меньше, чем их сверстники без телевизора в личном распоряжении (Roberts, 2004).

Технические средства связи превращаются в важное социальное средство, дающее человеку особый тип восприятия мира. Медиа транслируют определенные смыслы, которые каждый человек декодирует исходя из особенностей собственной личности, и таким образом потребляют разный символический материал. «То, что показывает телевизор, - это физика. Социология начинается тогда, когда у телевизора собираются люди, которые происходящее на экране, воспринимают (потребляют) по-разному» (Коломиец, 2014, с 160).

В данной работе анализируется российская медиасреда и ее специфика. Общемировая тенденция возрастания роли новых медиа совпала со сложным процессом социально экономической трансформации постсоветской России. Практически одновременно исчезла государственная монополия на эфирные телеканалы и периодическую печать, вместе с эти в российском медиа ландшафте появились кабельные телеканалы, интернет, мобильная связь.

Разные возможности доступа, к медиа, а, следовательно, разница в получаемой информации может вызвать серьезную социальную напряженность в следствии невозможности к общему диалогу.

В рамках проведенной работы было выявлено, что медиапотребление каждого из медиаканалов отличается и по возрастному составу, и по территориальному признаку, и т.п. Происходит фрагментация населения по типу медиапотребления. Медиа все меньше интегрирует общество внутри государственных границ, и все больше разделяют по целому спектру признаков. В работе были проанализированы основные теоретические подходы таких авторов как Луман Н, М.Маклюэн, К. Герген, Дж Катц и, на основе эмпирических данных, рассмотрены возможности практического применения данных теорий.

Источники и литература

- 1) Ваттимо Д. Прозрачное общество/Джанни Ваттимо;[пер. с ит. Д. Новикова] //М.: Логос. – 2002
- 2) Коломиец В. П. Медиа социология: теория и практика/Научная монография //М.: ООО «НИПКЦ Восход-А. – 2014
- 3) Шугальский Сергей Сергеевич Социальные практики: интерпретация понятия // ЗПУ . 2012
- 4) Roberts D.F., Foehr U.G. Kids and Media in America. Cambridge; N.Y.: Cambridge Univ. Press, 2004