

УДК 654.1 + 791.4  
ББК 76.032 + 85.37

DOI: 10.30628/1994-9529-2019-15.4-110-127  
received 04.07.2019, accepted 26.12.2019

**АЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА ХАЙРУТДИНОВА**

ORCID: 0000-0003-4751-0801

e-mail: aakhayrutdinova\_2@edu.hse.ru

**ВАРВАРА ПАВЛОВНА ЧУМАКОВА**

ORCID: 0000-0003-3057-8930

e-mail: vchumakova@hse.ru

Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»  
Москва, Россия

## СЕЛО У ЭКРАНА В НАЧАЛЕ XX И XXI ВЕКОВ: ОЧЕРК О РЕМЕДИАЦИИ ФИГУРЫ КОММЕНТАТОРА<sup>1</sup>

**Аннотация.** В статье авторы предпринимают попытку сравнить феномены медиапотребления и медиаиспользования в российском селе, в частности, проблемы освоения сельскими жителями нового языка экранных искусств в начале XX и начале XXI веков. На сегодняшний день медиапотребление российского села исследуется недостаточно активно, поэтому обширный эмпирический материал, базирующийся на пяти экспедициях в российскую сельскую местность в период с 2012 по 2018 гг., представляет особую значимость. Материалами о XX веке

---

<sup>1</sup> Публикация подготовлена в ходе проведения работы («Медиа в сельской России: технологии, практики, эффекты» — проект № 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».

послужили архивные документы и свидетельства участников кинофикации села. Опираясь на разницу между устной и письменной культурами, авторы показывают, что как в начале XX, так и в начале XXI века сельским жителям России не хватает медиаграмотности для восприятия всего многообразия языка экранных искусств, что компенсируется фигурой комментатора. Но если в начале XX века комментатор находился рядом с киноаппаратом, то в XXI веке он уже помещен внутрь экрана. В статье выдвигается предположение, что современный телеведущий, находящийся внутри экрана, представляет собой ремедиацию того комментатора, который в начале XX века проводил разъяснительную работу среди сельчан в процессе советской кинофикации. В то же время фигура комментатора удерживает российское село от формирования полимедийной среды, поскольку выбор контента все еще ограничивается недостаточной медийной грамотностью.

**Ключевые слова:** российское село, сельская экспедиция, медиапотребление, медиаиспользование, медиапредпочтения, медиаграмотность, ремедиация, кинематограф, кинофикация села, спутниковое телевидение, советские фильмы, полимедиасреда, устная культура, письменная культура

**ALINA A. KHAIRUTDINOVA,**

**VARVARA P. CHUMAKOVA**

National Research University  
“Higher School of Economics,”

Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-4751-0801

e-mail: aakhayrutdinova\_2@edu.hse.ru

ORCID: 0000-0003-3057-8930

e-mail: vchumakova@hse.ru

## SCREEN ARTS VIEWED BY THE VILLAGE AT THE BEGINNING OF THE 20<sup>TH</sup> AND 21<sup>ST</sup> CENTURIES: ON REMEDIATION OF COMMENTATOR FIGURE

**Abstract.** In the article, the authors make an attempt to compare the processes of media consumption and media use in the Russian countryside in the early 20th and early 21st centuries, in particular the problems of the rural people learning the new language of screen arts. Today, the media consumption of the Russian village is not actively explored, so empirical material based on five expeditions to the Russian countryside in the period from 2012 to 2018 is of particular importance. The materials on the 20th century are archival documents and testimonies of the participants in the cinema of the village. Based on the difference between oral and written cultures, the authors show that, both in the beginning of the 20th and both in the beginning of the 21st century the villagers lack media literacy to perceive the diversity of the language of screen arts. And it is compensated by the figure of the commentator. But if at the beginning of the 20th century the commentator is located next to the cine-camera, then in the 21st century it is already placed inside the screen. The article suggests that a modern TV presenter, placed inside the screen, is a remediation of the commentator who conducted explanatory work among villagers in the early 20th century in the Soviet cinema process. At the same time, the commentator's figure keeps the Russian village from forming a polymedia environment, since the choice of content is still limited by insufficient media literacy.

**Keywords:** Russian village, rural expedition, media consumption, media usage, media preferences, media literacy, remediation, cinema, village cinefication, satellite television, Soviet films, polymedia, oral culture, written culture

## ВВЕДЕНИЕ

Несмотря на то, что в сельской местности РФ проживает четверть населения страны (25% или 37,3 миллиона человек по данным за 2019 год), на сегодняшний день российское село исследуется недостаточно [1]. Наибольший интерес у современных исследователей вызывает особый тип экономических отношений, который складывается в селе, например, на месте бывших колхозов [2]. Что же касается медиапотребления и медиаиспользования сельских жителей, то здесь у нас не такого количества данных. Большая часть современных исследований медиа в России строится вокруг изучения репрезентации в российских медиа тех или иных политических и

общественных проблем: политической осведомленности [3], коррупции [4], экологических изменений [5], или вокруг роли государства в регулировании рынка медиа [6]. Исследования, посвященные теме практик использования новых медиа, часто связаны с протестными движениями и т.д. [7]. Но рядовой сельский житель и его практики остаются в стороне.

Мы не можем однозначно утверждать, что в сельской местности России есть какая-то своя особенная специфика, принципиально отличающая село от малого города. Наши прошлые исследования показывают, что у сельских жителей есть определенные общие паттерны в использовании медиа, независимо от региона проживания [8], но мы не знаем точно, насколько широко распространены эти паттерны — возможно, они свойственны и городскому населению. Одно из наблюдений, которое мы уже сделали о них, состоит в том, что эти паттерны связаны с проявлением устной культуры в потреблении и использовании современных медиатехнологий [9]. Эту мысль мы и хотим развить дальше.

В фокусе нашей статьи, таким образом, практики телепотребления сельских жителей в современной России. Задача, которая стоит перед исследователями культуры потребления и использования медиа в российском селе (и не только), — *это подбор исследовательской оптики*. Чтобы ее рассмотреть, мы прибегнем к концепции ремедиации [10], раскрывающей эволюцию освоения новых медиа пользователями [11]. Ремедиация означает, что пользователи сначала осваивают в новом медиа те аспекты, функции, язык, которые им уже знакомы из взаимодействия с прошлыми медиа, и только затем переходят к новым аспектам [12]. Также мы обратимся к теории полимедиасреды [13], показывающей перспективы освоения новых медиа после прохождения этапа ремедиации. На наш взгляд, эти инструменты могут быть продуктивны в приложении к нашему эмпирическому материалу.

Основное предположение, которое мы выдвигаем в данной статье, состоит в том, что *современное телевидение, которое все еще*

*является основным медиа, используемым сельскими жителями, воспринимается ими как расширенная версия предшествующих технологий, причем не только более ранних телевизионных технологий, но и раннего кинематографа.* Мы сравниваем восприятие современной телевизионной продукции с восприятием первого кино, пришедшего в российское село в начале XX века.

## ДАННЫЕ И МЕТОДЫ

Статья основывается на данных пяти экспедиций в сельскую местность России, проведенных с 2012 по 2018 гг.:

сельское поселение Мантурово (Костромская область, 2012),  
поселок Коксовый (Ростовская область, 2013),  
село Данауровка (республика Татарстан, 2014),  
село Середкино (Иркутская область, 2014),  
село Глазок (Тамбовская область, 2018).

Стоит отметить, что упомянутые выводы относительно паттернов потребления и использования медиа в селе были сделаны нами ранее на материалах экспедиций 2012–2014 годов. Сейчас к этим данным добавились материалы из экспедиции 2018 года, и мы, с одной стороны, видим некие повторяющиеся закономерности, тождественные с прошлыми годами, но с другой — наблюдаем иную, более продвинутую стадию освоения новых технологий. Если в 2012–2014 годах мы наблюдали приход и становление спутникового телевидения в сельской местности России, а также начало пользования смартфонами и Интернетом, то в 2018 году ни спутниковое ТВ, ни смартфон и Интернет не являются уже инновацией, но это, конечно, совсем не означает, что изучаемые нами сельские жители полностью освоили все функции этих технологий. Именно поэтому мы и обращаемся к теории ремедиации и полимедиасреды в рамках методологического эксперимента. Теория ремедиации позволяет рассуждать о том, как функции нового медиа, появившегося в медиасреде, используются людьми не полностью, а поэтапно заменяя функции предшествующих медиа [12]. Теория же полимедиасреды позволяет рассуждать о том, как пользователи раз-

нообразных медиатехнологий делают выбор между технологиями для разных видов коммуникации [13]. В ходе экспедиций мы собирали полуструктурированные глубинные интервью о том, как люди воспринимают используемые ими технологии, как относятся к потребляемому контенту. Интервью дополнялись наблюдениями за разными практиками медиапотребления и медиаиспользования. Практики просмотра экранных произведений занимают немалое место в практиках наших информантов. И именно на них мы далее и фокусируемся.

### КОНТЕКСТ МЕНЯЮЩЕЙСЯ МЕДИАСРЕДЫ

После распада СССР в 1990-е на экране появился контент, новый по формату и языку. На отечественных телеэкранах стало транслироваться больше зарубежных фильмов, отличающихся быстрым по темпу монтажом, клиповостью и высокой концентрацией спецэффектов. Одновременно наблюдается резкое сокращение репрезентации сельской жизни на экране, что также отмечали наши интервьюируемые:

— *Как вы думаете, новости вообще отражают жизнь в стране и ту жизнь, которой вы живете?*

— *Ну, бывает, да. Конечно, сейчас деревни опустели уже на нет. Это нужно, конечно, показывать. Надо показывать передовиков, <...> а то ведь показывают в основном артистов, их жизнь (село Данауровка, республика Татарстан, 2014).*

В то же время с 2010-х годов в российском селе начало активно распространяться спутниковое телевидение, которое открыло сельским жителям сотни новых телеканалов. Однако, как показало исследование, изменение телепотребления на селе, скорее, не изменило предпочтения информантов, а предоставило им более широкие возможности по удовлетворению своих уже имеющихся, сформированных предпочтений, например, по просмотру советского кино, прослушиванию шансона и т.д. То есть, в соответствии с теорией ремедиации, наши информанты сначала использовали в новых медиа уже известные им функции старых.

По результатам проведенных интервью, наиболее популярными программами остаются новостные передачи, отечественные сериалы и советское кино (что, безусловно, не отменяет наличия исключений). Высказывание сельчан из самой первой экспедиции 2012 года сопровождает нас в том или ином виде из экспедиции в экспедицию: *«Старые советские фильмы люблю, когда там колхозники в полях показаны, смотришь — душа радуется. Люди радуются своим достижениям, делают все так, как в советское время. И у них душа радуется, и ты посмотришь, радуешься (село Угоры, Мантуровский район, Костромская область, 2012).*

Ранее мы уже писали о том, что идеализация советского времени — это, скорее, псевдоностальгия, во многом проявляющаяся на контрасте самого контента: «старинного» и «современного». Несмотря на разнообразие советского кинематографа, очевидное для искусствоведа и кинокритика, для сельского жителя определенный корпус массового советского кино маркируется как «старинное» и попадает в топ предпочтений [14]. Например, в ходе наблюдений за телепросмотром, один из участников нашей экспедиции в Иркутской области зафиксировал интересный момент: мужчина старшей возрастной группы смотрит на телеэкран и видит там отрывок фильма. Исследователь опознает в этом отрывке фильм «Курьер» 1986 года (реж. К. Шахназаров) и спрашивает информанта о том, считает ли он этот фильм «старинным» советским (из интервью ранее было известно, что ему нравится советское кино). Информант начинает резко критиковать фильм на экране, отказывается признавать его «старинным» и называет его современным — фильмом, где «все дергаются».

Для сельского жителя некоторый массив фильмов, выпущенных в СССР, сливается в единый пласт «старинного» кино. Мы так до конца и не определили границы этого пласта, но вот какие фильмы (весьма разнообразные по стилю, периоду и т.д.) туда относили наши информанты: «Любовь и голуби», «Тихий Дон», «Москва слезам не верит», «Ирония судьбы или с легким паром», «Бровкин на целине», «Весна

на Заречной улице», гайдаевские комедии, также фильмы про работающих «простых» людей — названий никто сказать не мог, но мы предполагаем, что это проходные картины из жизни колхозников, лесников, охотников и т.д., которые могли демонстрироваться в сельских ДК в советское время. Таким образом, спутниковое телевидение подвергается ремедиации, выполняя в том числе и роль кинотеатра в ДК.

Ни один кинокритик не поместит в единый ряд фильмы «Москва слезам не верит» (1980, реж. В. Меньшов) и «Тихий Дон» (1957–1958, реж. С. Герасимов), однако для наших информантов — это фильмы одного порядка. Фильмы, между которыми больше 20 лет и несколько периодов «холодной войны», более близки в восприятии, чем отстоящие от меньшовской драмы на половину десятилетия перестроечные фильмы, в чем-то развивающие начинавшее зарождаться в конце 1970-х годов чувство неустроенности. Но перестроечное кино уже не входит в понятие «старинного», и это одна из его границ.

Мы обратили внимание, что в начале XX века, когда кинофикация села только начиналась, также далеко не все фильмы воспринимались сельскими жителями. Например, О. Баршак, заведующий деревенским прокатом Совкино, писал, что совсем не воспринимались сельской аудиторией фильмы С. Эйзенштейна и Г. Александрова [15, с. 46]. И сегодня никто из наших информантов не назвал в качестве примера «старинного» советского кино «Броненосец Потемкин», «Бежин луг» или киноэпопею «Иван Грозный», и по описанию — это не те фильмы, которые нравятся. Но вот наиболее «народные» фильмы Г. Александрова, например, «Волга, Волга», «Цирк» и «Веселые ребята» подходят под описание того, что нравится нашим информантам, хотя и не были названы.

В поисках ответов на вопрос, *что же значит «старинное» кино, мы прошли по кругу и пришли к разговору об устной культуре и ремедиации.*



## РЕМЕДИАЦИЯ ФИГУРЫ КОММЕНТАТОРА

Мы предполагаем, что тот язык экранных искусств, который оказывается непонятен нашим информантам в силу своей монтажной сложности (будь то «Курьер», «Зима, уходи!» или разнообразный современный телеконтент), *продолжает требовать фигуру комментатора происходящего*. Аналогичная тенденция наблюдалась и в 1920-е годы, когда только происходила кинофикация села. Как отмечается в пособии того времени [16, с. 177], предназначенном для организаторов кинопоказов в селах, на работника, сопровождавшего кинопередвижные станции, возлагалась роль кинокомментатора или даже «артиста-раёшника» (во втором случае киносеанс называли «кино-литературно-музыкальным монтажом», а такую манеру устного проговаривания с включением элементов народного театра-райка — «киносказом» [17, с. 337]). Он должен был прояснять содержание кинокартин. Задача сводилась не только к чтению надписей на экране, но и к проговариванию реплик по ходу просмотра фильма, если сюжет требовал прояснения, а также проведению дискуссий после показа [18, с. 23–24]. Кроме того, в этом же источнике отмечается необходимость последовательной работы кинопередвижных станций, чтобы приучить сельских жителей к киноязыку. Как отмечает А. Кациграс, показ кинокартин 1–3 раза в год не позволяет сельчанам научиться понимать построение картин [19].

В «Понимании медиа» М. Маклюэна описана ситуация, при которой носителям устной культуры из африканского племени показывали фильм, и без объяснения со стороны, за чем нужно следить, на что обращать внимание, зрители не могли стать именно зрителями фильма [20, с. 325]. Маклюэн объясняет это тем, что для просмотра кино необходимо обладать навыками письменной грамотности, которая в свою очередь учит человека последовательно воспринимать тот или иной контент. «Бесписьменные люди просто не схватывают светотеневые эффекты перспективы и дистанцирования, которые мы считаем врожденным человеческим оснащением. Письменные

люди мыслят причину и следствие как расположенные последовательно, как если бы одна вещь подталкивала другую вперед физической силой. Бесписьменные люди проявляют очень мало интереса к такого рода «действенным» причине и следствию, но очарованы скрытыми формами, производящими «магические» результаты» [20, с. 327]. Поэтому письменный человек воспринимает последовательную смену кадров, улавливает линию сюжета [20, с. 327], тогда как человек устной культуры рассматривает экран нелинейно, а как, например, ковер с множеством узоров, и поэтому не фокусируется на линейности происходящего [там же, с. 328].

Говоря о российских сельских жителях, мы имеем дело не с «изначальной» устной традицией, но с гибридом после ликбеза, поэтому наши информанты смотрят на экран, безусловно, не как на ковер с множеством узоров. Тем не менее, создается впечатление, что зрителям не хватает медиаграмотности для восприятия всего современного телевизионного контента. Мы нисколько не хотим смотреть на наших информантов свысока. Говоря о медиаграмотности, мы имеем в виду навыки кино- и телепросмотра и понимания кино и телеязыка.

Запрос аудитории не остается незамеченным создателями контента. Хотя информанты часто чувствуют отчуждение от телереальности, считают, что создатели телеконтента настроены против них:

— *Вы считаете, что это телевизор виноват?*

— *Так это не телевизор виноват, а те, кто это показывает.*

*Портят людей, молодежь портят (сельское поселение Мантурово, Костромская область, 2012).*

Тем не менее, как исследователи, мы можем обнаружить, что формат многих популярных телешоу, рассчитанных на массовую аудиторию, адаптируется к паттернам устной культуры. Можно сделать предположение, что сегодня роль комментатора, прежде стоявшего рядом с экраном, исполняет ведущий телепередачи, который уже помещен внутрь экрана, но продолжает объяснять происходящее. Если мы посмотрим на формат топовых телешоу, то легко в этом убе-

димся. Это наблюдение хорошо ложится в оптику теории ремедиации, которая говорит, что вначале технология воспринимается как более широкая версия предшествующей технологии и только спустя время пользователь осваивает ее специфический язык [13]. Так, примеривая эту оптику, мы предположили, *что ведущий, помещенный внутрь экрана, представляет собой ремедиацию того комментатора, который стоял в начале XX века рядом с киноаппаратом и проводил разъяснительную работу среди сельчан.*

Информанты отмечают, что иногда фигура телеведущего заменяет фигуру собеседника из реальной жизни и практики телепросмотра начинают носить дизъюнктивный характер внутри сообщества:

— *А друзей, соседей обычно зовете?*

— *Мы живем как-то все мирно, у каждого свой телевизор, кто из соседей побежит к нам? (Мужчина и женщина, пенсионеры, пос. Коксовый, Ростовская обл.)*

Эта тенденция разделения сообщества при появлении более индивидуальных экранов не нова, однако сегодня информанты говорят уже о том, что у каждого свой телевизор. В каком-то смысле это дает нам надежду на то, что начинает формироваться полимедиасреда, описанная Д. Миллером и М. Мадриану [13]. Для них полимедиасреда — это среда, в которой уже не технологическая доступность, финансовые ограничения в использовании технологии или уровень медиаграмотности определяет выбор того или иного медиума для использования или потребления, а сложная сеть социальных отношений, эмоциональный менеджмент пользователей и т.д. [там же]. Казалось бы, свой личный телевизор и свой личный «внутриэкранный» комментатор говорят в пользу полимедиа.

Но при этом получается, что наши информанты, несмотря на снятие финансовых и технологических ограничений, предпочитают тот контент, который им более понятен и доступен, то есть все еще играет роль уровень медиаграмотности, освоение языка медиа. И комментатор не расширяет полимедийность среды, а, скорее, наоборот, удерживает нас на стадии ремедиации. Так, на первых этапах взаимодей-

ствия с технологией (спутниковым телевидением) сельский житель, будучи носителем устной культуры, воспринимает ее не как источник новых возможностей, а как телевидение, которое он смотрел ранее, только с более широким ассортиментом полюбившегося контента.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной статье мы постарались рассмотреть одну из особенностей медиапотребления российского села и проблемы освоения сельскими жителями нового языка экранных искусств, в которые мы включаем и телевизионные программы, и кинофильмы. На сегодняшний день медиапотребление российского села исследуется недостаточно активно, поэтому обширный эмпирический материал, базирующийся на пяти экспедициях в российскую сельскую местность в период с 2012 по 2018 гг., представляет особую значимость. Прежде всего, наше исследование медиапотребления российского села выявляет, что советское кино, хронологически размываемое до абстрактного определения «старинного» кино, является одним из наиболее предпочтительных видов медиаконтента для сельских жителей. Понятие «старинного» кино не имеет отношения к искусствоведческому подходу, основанному на периодизации советского кино, это субъективное восприятие наших информантов. В этот пласт входит массовое советское кино, созданное преимущественно в послевоенный период до начала перестройки, в жанре комедии, драмы, военного фильма.

Интерес к «старинному» кино связан как с псевдоностальгией по советским временам, так и с тем, что в противовес «современному» контенту с быстрым монтажом и клиповостью кадров, кино «старинное» говорит со зрителем на том языке, который он усвоил в прошлом. Современное российское село является носителем гибридной формы устной культуры, которая не позволяет обладать должным уровнем медиаграмотности для восприятия языка современных экранных искусств. Поэтому происходит ремедиация: информанты, получая доступ к новому медиа — спутниковому телевидению, пре-

жде всего пользуются теми его аспектами, которые уже им знакомы, то есть смотрят привычное «старинное» кино.

Чтобы увидеть некоторые закономерности в развитии медиасреды, мы попробовали сравнить опыт медиапотребления современного села и опыт медиапотребления советского села начала 1920-х годов, попавшего под процесс советской кинофикации. Изучение архивных данных показало, что и в 1920-е годы сельским жителям удавалось осваивать лишь часть аспектов современных им медиа, многие фильмы оставались непонятыми, а также, что важно для понимания сегодняшнего дня, век назад кинопоказ сопровождался устным комментарием, и таким образом, фигура комментатора рядом с экраном играла большую роль в процессе медиапотребления.

В данной статье мы утверждаем, что аналогично тому, как в 1920-е годы деятельность кинопередвижных станций сопровождалась устным разъяснением сути кинокартин в процессе кинопоказа и после него, *современным сельским жителям также требуется фигура комментатора теле- и киноязыка, которую в современном медиапроизводстве начинает играть телеведущий*. Это подтверждается тем, что формат многих популярных телешоу адаптируется к паттернам устной культуры. Современный телеведущий, помещенный внутрь экрана, представляет собой ремедиацию того комментатора, который в начале XX века в процессе советской кинофикации проводил разъяснительную работу среди сельчан. В то же время фигура комментатора удерживает российское село от формирования полимедийной среды, поскольку выбор контента все еще ограничивается недостаточной медийной грамотностью.

Таким образом, на сегодняшний день ведущие новостей и токшоу на телевидении выступают в роли комментаторов медиаязыка, они являются теми, кто, в том числе, объясняет новый язык технологии — практики теле- и кинопотребления. Стоит также отметить, что несмотря на то, что наши данные ограничиваются сельскими жителями, тенденция, различимая в сельской среде, может оказаться близкой и группе городских медиапотребителей.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральная служба государственной статистики: сайт.  
URL: <https://www.gks.ru/#> (дата обращения: 21.06.2019).
2. Kurakin A., Visser O. Post-socialist Agricultural Cooperatives In Russia: a Case Study of Top-down Cooperatives in the Belgorod Region // *Post-Communist Economies*. 2017. Т. 29. Vol. 2, pp. 158–181. DOI: 10.1080/14631377.2016.1267974
3. Chmel K., Savin N., DelliCarpini M.X. Making Politics Attractive: Political Satire and Exposure to Political Information in New Media Environment in Russia // *Higher School of Economics Research Paper*. 2018. No: WP BRP 63/PS/2018. 27 Nov. DOI:10.2139/ssrn.3289145
4. Enikolopov R., Petrova M., Sonin K. Social Media and Corruption // *American Economic Journal: Applied Economics*. 2018. Т. 10. Vol. 1, pp. 150–174.
5. Poberezhskaya M. Traditional Media and Climate Change in Russia: a Case Study of Izvestiia // М. Poberezhskaya, Т. Ashe. *Climate Change Discourse in Russia: past and present*. Abingdon: Routledge, 2018. P. 82–97.
6. Zhukova Klausen J. Giving Attention to Conduct on Social Media: Discursive Mechanisms of Attention Structures in Mediating Governance-at-a-distance in Today's Russia // *International Journal of Communication*. 2016. Т. 10. P. 571–588.
7. Smyth R., Oates S. Mind the Gaps: Media Use and Mass Action in Russia // *Europe-Asia Studies*. 2015. Т. 67. Vol. 2. Issue 2, pp. 285–305.
8. Чумакова В.П. Концепция Герберта Маршалла Маклюэна: медиа в социокультурной динамике: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. М., 2015. 215 с.
9. Чумакова В. П. Устная культура в медиапрактиках современного российского села // *Этнографическое обозрение*. 2015. № 4. С. 55–63.
10. Bolter J.D., Grusin R. *Remediation* // *Configurations*. 1996. Т. 4. Vol. 3, pp. 311– 358.
11. Bolter J.D., Grusin R. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: MIT Press. 2000. 295 p.
12. Bolter J.D. *Remediation* // *The international encyclopedia of communication theory and philosophy*. New York: John Wiley & Sons, 2016. P. 1–11.  
URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118766804.wbiect207> (дата обращения: 21.06.2019).
13. Мадяну М., Миллер Д. Полимедиа: новый подход к пониманию цифровых средств коммуникации в межличностном общении / пер. с англ.: А.Б. Паукова, В.П. Чумакова // *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. 2018. № 1. С. 334–356.

14. Новикова А.А., Чумакова В.П. Советские фильмы в новой медиасреде: идеализация или дискредитация представлений о прошлом // *Обсерватория культуры*. 2014. № 2. С. 61– 67.

15. Баршак О. Кино в деревне. М.: Теакинопечать. 1929. 109 с.

16. Кациграс А. Кино-политпросветработа в деревне // *Комсомольское просвещение*. 1926. № 1.

17. Познер В. От фильма к сеансу: к вопросу об устности в советском кино 1920– 30-х гг. // *Советская власть и медиа: сб. статей / под ред. Х. Гюнтера и С. Хэнсгена*. СПб.: Академический проект, 2006. С. 329–349.

18. Кациграс А. Объяснение кино-картин // *Деревенский театр*. 1927. № 5. С. 23–24.

19. Кациграс А. Как работать с кино-передвижкой в деревне. М.: Теакинопечать, 1929. 21 с.

20. Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.

## REFERENCES

1. *Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki* [Federal State Statistics Service].

URL: <https://www.gks.ru/#> (accessed 21.06.2019).

2. Kurakin A., Visser O. Post-socialist Agricultural Cooperatives in Russia: a Case Study of Top-down Cooperatives in the Belgorod Region. *Post-Communist Economies*. 2017. T. 29. Vol. 2, pp. 158–181. DOI: 10.1080/14631377.2016.1267974

3. Chmel K., Savin N., DelliCarpini M.X. Making Politics Attractive: Political Satire and Exposure to Political Information in New Media Environment in Russia. *Higher School of Economics Research Paper*. 2018. No: WP BRP 63/PS/2018. 27 Nov. DOI:10.2139/ssrn.3289145.

4. Enikolopov R., Petrova M., Sonin K. Social Media and Corruption. *American Economic Journal: Applied Economics*. 2018. T. 10. Vol. 1, pp. 150–174.

5. Poberezhskaya M. Traditional Media and Climate Change in Russia: a Case Study of Izvestiia. *Climate Change Discourse in Russia: past and present*. Ed. by M. Poberezhskaya, T. Ashe. Abingdon: Routledge, 2018. pp. 82–97.

6. Zhukova Klausen J. Giving Attention to Conduct on Social Media: Discursive Mechanisms of Attention Structures in Mediating Governance-at-a-distance in Today's Russia. *International Journal of Communication*. 2016. T. 10, pp. 571–588.

7. Smyth R., Oates S. Mind the Gaps: Media Use and Mass Action in Russia. *Europe-Asia Studies*. 2015. T. 67. Vol. 2. Issue 2, pp. 285–305.

8. Chumakova V.P. *Kontsepsiya Herberta Marshalla McLuhana: media v sotsiokul'turnoy dinamike*. PhD Diss. [Herbert Marshall McLuhan's Concept: Media in Socio-cultural Dynamics. PhD Diss.]. Moscow, 2015. 215 p.

9. Chumakova V.P. Ustnaya kul'tura v mediapraktikah sovremennogoro rossiyskogo sela [Oral Culture in Media Practices of Contemporary Russian Village]. *Etnographicheskoe obozrenie* [Ethnographic Overview]. 2015. Vol. 4, pp. 55–63.

10. Bolter J.D., Grusin R. Remediation. *Configurations*. 1996. T. 4. Vol. 3, pp. 311–358.

11. Bolter J.D., Grusin R. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: MIT Press. 2000. 295 p.

12. Bolter J.D. Remediation. *The international encyclopedia of communication theory and philosophy*. New York: John Wiley & Sons, 2016, pp. 1–11. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118766804.wbiect207> (accessed 21.06.2019)

13. Madianu M., Miller D. Polymedia: noviy podhod k ponimaniu tsifrovih sredstv kommunikatsii v mezhlchnostnom obshchenii [Polymedia: Towards a New Theory of Digital Media in Interpersonal Communication]. Transl. A.B. Paukov, V.P. Chumakova. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Economicheskie i sotsial'nie peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes]. 2018. Vol. 1, pp. 334–356.

14. Novikova A.A., Chumakova V.P. Sovetskie fil'my v novoy mediasrede: idealizatsiya ili discreditatsiya predstavleniy o proshlom [Soviet Films in New Mediasphere: Idealization and Defamation of Beliefs about the Past]. *Observatoriya kul'tury* [Observatory of Culture]. 2014. Vol. 2, pp. 61–67.

15. Barshak O. *Kino v derevne* [Cinemas in Villages]. M.: Teakinopechat' [Theakinoprint]. 1929. 109 p.

16. Katsigras A. Kino-politprosvetrabota v derevne [Cinematic and Political Excellence in Villages]. *Komsomol'skoe prosveshchenie* [Komsomol Education]. 1926. Vol. 1.

17. Pozner V. Ot fil'ma k seansu. K voprosu ob ustnomy v sovetskom kino 1920–30. [From a Film to a Screening. About Orality in Soviet Films of 1920–30-s]. *Sovetskaya vlast' i media* [Soviet Authority and Media]. Ed. by H. Gyunter, S. Hensgen. SPb.: Akademicheskiiy proekt [Academic Project], 2005. Pp. 329–349.

18. Katsigras A. Obyasnenie kino-kartin [Explanation of Films]. *Derevenskiy teatr* [Village Theatre]. 1927. Vol. 5, pp. 23–24.



19. Katsigras A. *Kak rabotat' s kino-peredvizhkoj v derevne* [How to Work with Movie-on-wheels in Villages]. M.: Teakinopachat' [Theakinoprint], 1929. 21 p.

20. McLuhan H.M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Transl. V. Nikolaev. Moscow: Zhukovskij: KANON-press-C, Kuchkovo pole, 2003. 464 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

**АЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА ХАЙРУТДИНОВА**

студент бакалавриата программы «История искусств»

Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики»,

Хитровский переулок, д. 2–8, корпус 5 (П),

**ORCID: 0000-0003-4751-0801**

e-mail: aakhayrutdinova\_2@edu.hse.ru

**ВАРВАРА ПАВЛОВНА ЧУМАКОВА**

кандидат культурологии,

преподаватель Департамента медиа

Факультета коммуникации, медиа и дизайна,

Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики»,

Хитровский переулок, д. 2–8, корпус 5 (П),

**ORCID: 0000-0003-3057-8930**

e-mail: vchumakova@hse.ru

ABOUT THE AUTHOR:

**ALINA A. KHAIRUTDINOVA**

undergraduate student of the program «History of Art»  
National Research University “Higher School of Economics,”  
Khitrovsky pereulok 2–8, korpus 5 (P),

**ORCID: 0000-0003-4751-0801**

e-mail: aakhayrutdinova\_2@edu.hse.ru

**VARVARA P. CHUMAKOVA**

Ph.D. in cultural studies,  
associate professor at HSE Media Faculty member  
of the Department of the Media  
at the Department of Communication, Media and Design,  
National Research University “Higher School of Economics,”  
Khitrovsky pereulok 2–8, korpus 5 (P),

**ORCID: 0000-0003-3057-8930**

e-mail: vchumakova@hse.ru