

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2020, №4, Том 11 / 2020, No 4, Vol 11 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2020.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/38SCSK420.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Карпова Г.Г., Сулейманов М.Р. Культура медиапотребления в условиях коммуникативной аритмии // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2020 №4, <https://sfk-mn.ru/PDF/38SCSK420.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Karpova G.G., Suleimanov M.R. (2020). The culture of media consumption in the context of the communicative arrhythmia. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 4(11). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/38SCSK420.pdf> (in Russian)

УДК 070.11+316.472.45

ГРНТИ 13.11.25+04.21.81

Карпова Галина Геннадьевна

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», Саратов, Россия

Заведующая кафедрой «Медиакоммуникации»

Доктор социологических наук

E-mail: karpgal@mail.ru

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=339066

Сулейманов Мнир Рафхатович

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», Саратов, Россия

Старший преподаватель кафедры «Медиакоммуникации»

E-mail: mrsul@mail.ru

Культура медиапотребления в условиях коммуникативной аритмии

Аннотация. Авторами рассматривается культура медиапотребления как основная часть процесса формирования общественного мнения в особо обострившийся период пандемии коронавируса, поначалу вызванный дефицитом достоверной проверенной информации и всплеском сетевого трафика всемирной сети. Коммуникативный VUCA-мир в его актуальном состоянии предлагает существенно пересмотреть подходы и оценки значимости традиционных (классических) каналов получения информации.

Авторы анализируют коммуникативные практики потребления информационных сообщений, которые претерпевают изменения, вызванные бурным развитием цифрового контента. Проходящая в последнее десятилетие конвергенция традиционных СМИ ускорилась не только на федеральном уровне, но и в региональном формате. И это значительно расширяет и упрощает доступ к информации: на сетевых ресурсах активно используются чаты как платформа для обмена мнениями. Авторами рассматривается рекомендованное ВОЗ «социальное дистанцирование» как коммуникативный конструкт, переключивший в режиме самоизоляции культуру потребления медиа населением почти всей планеты в онлайн цифрового пространства. Однако наличие чатов на стриминговых площадках и возможность обмениваться «прилюдно» своей реакцией, мнением, вступать в дискуссии практически нивелировало трудности самоизоляции. Культурологи отмечают, что в социальных сетях парадигма со «слушаю/внимаю» сменилась на «обсуждаю/включаюсь».

Авторы статьи утверждают, что возникновение новых форм и площадок обмена информацией требует новых подходов к агрегированию и дистрибуции цифрового пространства как важной составной части социальной коммуникативности, а в практиках культуры медиапотребления приоритет в создании основного контента информации должен остаться за профессиональными СМИ с их привычными, классическими форматами и жанрами, основанными на культурологических традициях.

Ключевые слова: культура медиапотребления; конвергенция средств массовой информации; сетевая коммуникация; коммуникативная деформация; VUCA-мир

Введение

В современных условиях сохранение единого информационного пространства в географических границах для высших органов власти любого государства является одной из важнейших культурологических и общественно значимых политических целей, реализация которых при бурно развивающихся высокотехнологических коммуникациях превращается в сложную задачу. Принято считать отправной мыслью Гегеля о том, что государство – это высшая форма организации общества [1]. Однако происходящая ныне уже четвертая цивилизационная технологическая революция всё явственней ставит вопрос о взаимосвязи процессов глобализации и дальнейших перспективах государства как института общественного устройства в его традиционном понимании.

В этом контексте можно упомянуть и Макса Вебера, который, заимствуя смыслы у Томаса Гоббса, говорит: «государство – это институт, который удерживает монополию на насилие, благодаря чему обеспечивает стабильный общественный порядок, позволяющий людям действовать свободно» [2]. Словом, чем демократичней становится государство, тем более необходимым становится возможность открытого и свободного общественного дискурса, который во многом формируется на платформах средств массовой информации. Сегодня все явственнее эти важные социальные и общественно значимые практики активно перемещаются в коммуникативное высоко технологическое цифровое пространство новых массмедиа, что делает его зоной особого внимания государственных структур.

Вот почему при рассмотрении перспектив развития цифрового пространства России на предстоящее тогда десятилетие (2010–2020 гг.) был осуществлен в 2011 г. глубокий и всесторонний анализ состояния отечественной медиасреды, в котором приняли активнейшее участие, в первую очередь, практики-профессионалы медийной сферы и теоретики коммуникативных технологий, а также руководители федеральных, региональных, независимых и отраслевых медиа. Итоги проделанной работы были представлены в Экспертном докладе «Новая информационно-коммуникативная среда. Состояние, проблемы, вызовы. Попытка осмысления» [3]. К слову, на основе этого доклада затем была разработана государственная целевая программа цифровизации страны, которая и сегодня постоянно совершенствуется и дополняется под воздействием актуальных проблем и технологических новелл, и представлена уже в статусе Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»¹.

¹ Национальная программа принята в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и утверждена 24 декабря 2018 года на заседании президиума Совета при Президенте России по стратегическому развитию и национальным проектам – эл. ресурс (дата обращения – 27.12.20), URL: <https://digital.ac.gov.ru/about/>.

В Экспертном докладе отмечалось, что ситуация для традиционных средств массовой информации во всем мире в первом десятилетии XX века изменилась принципиально с появлением новых технических устройств и технологических способов доставки контента, его агрегации, дистрибуции и кастомизации аудитории на основе перехода от аналогового способа формирования контента к его цифровым версиям. В результате у пользователя новой цифровой среды появились невиданные ранее возможности уже самостоятельно определять иерархию медиаресурсов для личного потребления, формировать собственный программный комплект, а также время его потребления.

Кроме того, первое десятилетие XXI века охарактеризовалось появлением и бурным развитием на основе цифровых технологий социальных сетей, в которых многомиллионные «социальные акторы и отдельные граждане по всему миру используют новые возможности коммуникационного сетевого взаимодействия для совершенствования своих проектов, защиты собственных интересов и утверждения персональных ценностей» [4, с. 243–258].

Такие перемены в коммуникативном взаимодействии социума безусловно отразились и в культурологических практиках, когда, по выражению Маклюэна, медиа мейнстрима оказываются не в состоянии игнорировать гудящий мир множества окружающих их каналов коммуникации и вынуждены расширить круг своих сообщений [5].

Невозможно не отметить факт совершенно значимого явственного влияния на процесс формирования актуальной культурологической и социальной повестки дня, компоновки и иерархии основных проблем контента общественного мнения. Появилось два совершенно непересекающихся, но значимых информационных потока. Первый, сформированный классическими «традиционными» средствами массовой информации. И второй, составленный и «сотканный» из оценок, суждений, мнений близкого социального круга. Эта теория «спирали молчания» немецкого социолога Элизабет Ноэль-Нойман сегодня ярко иллюстрируема состоянием коммуникативного медиaprостранства. В нём «индивид формирует своё суждение об общественном мнении, о том, что морально одобряется и не одобряется, на основании двух источников: из непосредственного наблюдения за окружением и за его сигналами об одобрении и неодобрении – с одной стороны, и из средств массовой информации, в которых проявляются взаимно подтверждающие сигналы, – с другой» [6, с. 328].

Межличностная коммуникация в цифровом мире

Таким образом, новый формат медиaprостранства, в котором социум находится в постоянно коммуницируемом состоянии, в значительной степени влияет на культурологическую составляющую общественно-политических процессов. Однако культурологи отмечают, что, хотя большинство граждан и считают обязательным быть в курсе новостей и общественных дел, на практике же уделяют внимание лишь относительно небольшой доле информационных выпусков и аналитических обзоров событий [7]. Причем только в той степени, которая отражает их собственные интересы или предпочтения. Эти особенности, несомненно, учитывают при программировании информационного контента традиционные средства массовой информации. Теперь, по сути, считается за правило включать в эфиры не только сообщения от статусных акторов медиа (информационных телеграфных агентств, классической прессы), но и звонки слушателей и зрителей в онлайн-режиме, а в выпусках новостей на ТВ совсем нередки и видеофрагменты с YouTube и других сетевых ресурсов и платформ от непрофессиональных блогеров. Таким образом, в новую цифровую эпоху «средства массовой информации всё больше внимания уделяют пользовательскому контенту» [8].

К профессиональной среде уже статистируется словосочетание «YouTube-журналистика»: здесь и возможности большого форматного интервью, и новые подходы к жанру расследования, и классические формы – телесюжеты и интервью. К примеру, размещенный на канале «Вдудь» видеоконтент показывает, что традиционная телевизионная платформа существенно изменилась – журналисты понимают, что аудитория в цифровом пространстве готова потреблять «длинный», но *качественный* контент со всеми элементами и параметрами профессионального продукта. И под эти потребительские запросы аудитории происходит активная переупаковка классических форм и жанров. Что же касается самой аудитории, то социологи отмечают, что под качественный продукт на цифровые платформы переходят и люди старшего поколения, которые успешно осваивают современные уровни медиа грамотности.

Как показывают систематические исследования потребления медиа, «доверие россиян к интернет-ресурсам и социальным сетям растет. За 10 лет регулярных измерений оно выросло в три-четыре раза и сегодня колеблется вокруг 20 % населения» [9].

К тому же теперь коммуникативное медиaprостранство скомпоновано из многоуровневых элементов, определяемых культурными ценностями и традициями, текущими интересами и перспективами, экономическими уровнями и возможностями потребителей. С развитием мобильных широкополосных и, следовательно, высокоскоростных, каналов доставки контента возникла новая форма интерактивной коммуникации: она даёт возможность одновременной отправки сообщений «от многих многим» в реальном или заданном времени, а также возможность двух/многосторонней коммуникации в форме видеотрансляций.

Рассматривая эту новацию, Мануэль Кастельс в своем объёмном теоретическом труде «Власть коммуникации» предлагает теперь различать третью форму коммуникаций в рамках существующих медиапроцессов – *массовую самокоммуникацию*, ибо все необходимые стадии коммуникации могут осуществляться одним индивидуумом: производство сообщения, определение потенциального(ых) получателя(ей) и возврат отрефлексированных сообщений или поиск контента из всемирной паутины и электронных коммуникационных сетей. Он пишет: «Три формы коммуникации – межличностная, массовая коммуникация и массовая самокоммуникация – скорее, сосуществуют, взаимодействуют и дополняют друг друга, чем заменяют одна другую. То, что представляет собой принципиальную *новизну*, имеющую особое значение для культурного изменения и социальной организации, – это одновременное объединение всех форм коммуникации в многокомпонентный, интерактивный, цифровой гипертекст, который включает, смешивает и перераспределяет в их разнообразии всю сферу культурных представлений, передаваемых в ходе человеческого взаимодействия» [10, с. 74].

Наше потребление информации, как утверждает М. Кастельс, существенно отличается от традиционного потребления СМИ. Мало того, что информационный контент теперь «оторван» от прямого эфирного вещания, его потребление не представляется теперь медиапотреблением в классическом формате: «мы не смотрим интернет подобно тому, как смотрим телевизор. Практически пользователи интернета – а это большинство населения в развитых обществах и растущее число жителей третьего мира – живут в интернете» [10, с. 83]. Современные технологические возможности всемирной сети широко используются потребителями как подручным средством доступа в любое время суток в любом пространстве к массмедиа (телевидению, радио, печатной прессе), впрочем, как и к другим *оцифрованным* продуктам культурологической или информационной сферы (фильмы, музыка, театральные представления, спортивные трансляции, книги, журналы, объёмные справочные ресурсы и проч.). Для этого необходимо лишь одно условие – мобильный качественный цифровой трафик.

Как показывает множество исследований [11], медиaprостранство в его сегодняшнем состоянии и разнообразии является коммуникативной материей нашей жизни, охватывающей

и трудовые будни, и практически все сферы нашего культурного и социального бытия: личные связи и взаимодействие в социальных сетях, досуг, развлечения, общественные услуги, конфессиональные особенности, мировую политику и региональные традиции.

VUCA-мир и коммуникативная деформация

Когда приходит понимание решающей роли новой мультимедийной системы и её влияния на взаимодействие институтов культуры и политики общества, то такая важная новация в культурологии и сближении форм коммуникации «возникает в головах индивидуальных пользователей благодаря их стойкому и прочному социальному взаимодействию с другими» [12, р. 3]. Однако современные реалии таковы, что зачастую нестабильность и неопределенность жизненных перспектив и есть норма жизни. А катаклизмы и неожиданности вселенского масштаба лишь упрочивают это состояние.

Впервые анализ *нестабильности (volatile)*, *неопределенности (uncertain)*, *сложности (complex)*, *неоднозначности (ambiguous)* современных социокультурных сфер, ставший затем концептом «VUCA-мир», предложили в 1987 году американские ученые Уоррен Беннис и Берт Нанус [13]. С резким развитием технологий доставки и получения объема и качества, скорости и доступности информации, а также глобальным расширением культурологического коммуникативного поля, однозначно закончилась эпоха стационарного, простого и предсказуемого мира, которые транслировали классические СМИ. Особо это проявляется в неустойчивые периоды времени, к таковым, без сомнения, можно отнести всемирную пандемию коронавируса 2020 года.

Если при первой волне пандемии наблюдался резкий взлет трафика потребления сетевых источников информации, что было объяснимо достоверностью и прочностью межличностных коммуникативных связей, то ко второй волне исследования социологов и культурологов показывали, что когда люди говорят, что читают новости только в интернете, то на самом деле они часто пользуются технологическими площадками традиционных СМИ. А эти ресурсы претерпели серьезные конвергентные трансформации, удачно совпавшие по времени с мировыми тенденциями.

Рекомендованное ВОЗ «социальное дистанцирование» перевело почти всю планету в режим самоизоляции, что коренным образом перевело культуру потребления медиа в цифровое пространство и в онлайн. Тем не менее наличие чатов на стриминговых площадках и возможность обмениваться «прилюдно» своей реакцией, мнением, вступать в дискуссии практически нивелировало трудности самоизоляции. Культурологи отмечают, что в социальных сетях парадигма со «слушаю/внимаю» сменилась на «обсуждаю/включаюсь». Причем именно такое активное потребление медиа дает стриминговым площадкам преимущество и позволяет стать невероятно перспективным для развития современных СМИ.

Если к августу 2020 года социологические исследования «Левада-центр»² на фоне новостей о пандемии коронавируса показывали снижение просмотра и доверия телевидению – 69 % – по сравнению с январем – 73 %, то уже в октябре все «встало на свои места».

Потребление медиа, претерпев деформацию в период начала пандемии, как океанская волна накатила на берег, принеся пену, гальку и придонную муть. А с пониманием контролируемости ситуации и введением адекватных мер укрощения глобальной угрозы, та же океанская информационная волна откатилась, оставив профессионализм традиционных СМИ как неоспоримый приоритет в культуре потребления медиа. «Таким образом средства массовой

² Левада-центр, ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ – 28.09.2020 / – эл. ресурс (режим доступа 12.12.20 г.)
URL: <https://www.levada.ru/2020/09/28/ggh/>.

информации воздействуют на дух времени..., и дух времени снова влияет на установки и поведение отдельного человека» [6, с. 331].

С возникновением VUCA-мира в культурологической сфере не только возникла необходимость адекватного реагирования, но и была выработана успешная стратегия действий в адаптивном периоде полного последующего перехода пользователей контента в цифровое медиaprостранство. В новом VUCA-миpe, когда изменяется сама структура и идеология культуры медиакommunikаций, необходимо постоянное усилие по «выталкиванию» себя из зоны комфорта, готовность к функционированию в режиме перегрузок, поиск новых уникальных проектов для медиaprостранства. Теперь «коммуникатор – не просто рупор компаний и организатор взаимодействия с заинтересованными сторонами (включая СМИ), не барьер между окружающей внутренней и внешней средой, а индивид (или структура), который улавливает из внешнего и внутреннего мира сигналы и инициирует, поддерживает изменения»³.

Выводы

Несмотря на колоссальные подвижки в культуре потребления медиаконтента, вызванные высокоскоростным доступом к интернет-ресурсам, а также стремительным освоением буквально всеми возрастными группами (и обладателями интеллектуальных способностей) цифровой грамотности, человечество не откажется от существующих способов дистрибуции, агрегации и получения информации – изменится лишь пропорция их потребления, утверждают теоретики и практики медиа. Современные технологические тренды создания контента, тенденции насыщения его видеокomпонентом, неизбежно подвигнет к внутривидовой конвергенции самые различные (ныне) типы СМИ, что не исключает объединения на новых платформах, прежде несовместимых технологий [14].

К примеру, печатные СМИ, понимая, что роль звука и изображения возрастает, уже не удовлетворяются только бумажным носителем своего контента, но становятся неким локальным/нишевым информационным конгломератом и развивают технологические площадки с трансляцией контента в видеосервисы. К примеру, издание «Комсомольская правда» сегодня это не только одноименная газета, радио и сайт, но и новости в телеграмм-канале, в подкасте, видеоролики в TikTok и YouTube. Это позволяет в динамике отслеживать развитие событий и постоянно обновлять и дополнять рассказ о нем в реальном времени и, следовательно, удерживать свою аудиторию [15].

Информационные агентства превращаются из агрегаторов новостного контента в полноценные средства массовой информации для конечного потребителя, многократно увеличиваются каналы нишевой информации, что в целом развивает в коммуникативном пространстве и конвергенцию и мультимедийность новых медиа.

Словом, «все производят всё» становится не только неймингом сегодняшнего тренда. Число создателей контента возрастает многократно, сообщения и их интерпретация доступна всем. Дробность и насыщенность потоков информации уже сегодня замещают объемные монолиты (статья – вместо целой газетной полосы, развернутый сюжет вместо «видеополотен»).

Тем временем, в культуре медиапотребления приоритет в создании достоверной, научной, «чистой информации» останется за профессиональными СМИ, а форматы, жанры, в

³ Мир VUCA и подходы выживания в нем / – эл. ресурс (дата обращения – 27.12.20), URL: <http://becmology.ru/blog/management/vuca.htm>.

которые будет упакован контент, кардинально ничем не будут отличаться от привычных, классических, проверенных временем и основанных на культурологических традициях.

Все процессы культурологических перемен, ценностных ориентаций, стратегий медиапотребления трудно представить без возможностей всемирной коммуникационной сети. Именно посредством этих социальных транзакций происходят культурные и социальные перемены в общественном пространстве и институциональном построении социума. Созданные новой мультимодальной интерактивной коммуникационной системой и прошедшие апробацию в условиях коммуникативной аритмии (VUCA-мира) технологии воздействия на культуру медиапотребления чрезвычайно усилили шансы новых производителей сообщений и отправлений по заполнению свободных коммуникационных ниш социума и деформацию существующих. Это дает им колоссальные возможности в перепрограммировании локальных и всемирных взаимосвязей вокруг актуальных концептов, а также в появлении новых ценностей, новых интересов и проектов, унифицировании целевых установок и многократного усиления коммунитивного эффекта воздействия на культуру и политику общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гегель Г.В.Ф., Философия права // Политические работы / Г.В.Ф. Гегель. – М., 1990.
2. Фуллер Стив, “Государство 2.0” будет киборгом, но человек все равно останется неотъемлемой частью политического процесса // журнал «Эксперт» №43 (1181), эл. ресурс (дата обращения 27.12.20) URL: <https://expert.ru/expert/2020/48/stiv-fuller-gosudarstvo-20-budet-kiborgom-no-chelovek-vse-ravno-ostanetsya-neotemlejoj-chastyu-politicheskogo-protssessa/>.
3. Быстрицкий А.Г. (общ. редактирование), Кирия И.В., Лайко М.А. (отв. секретарь), Пучков М.С., Жаров А.А., Потоцкий И., Калинин А., «Новая информационно-коммуникативная среда. Состояние, проблемы, вызовы. Попытка осмысления». Экспертный доклад / газета «Российская газета» – федеральный выпуск № 120(5496) / (дата обращения 10.12.20г.), URL: <https://rg.ru/gazeta/rg/2011/06/06/html>.
4. Downing J.D.H. The Independent Media Center Movement // Contesting Media Power: Alternative Media in Networked World / ed. by N. Couldry, J. Curran. Lanham (MD): Rowman and Littlefield, 2003. P. 243–258.
5. McLuhan, Herbert Marshall. Understanding Media: The Extensions Of Man. 1st Ed.: McGraw Hill, 1964; Reissued by MIT Press, 1994. / Г.М. Маклюэн. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. – Перевод с английского: В.Г. Николаев. – М., 2003. // Центр гуманитарных технологий. – (дата обращения 25.12.2020), URL: <https://www.gtmarket.ru/library/basis/3528>.
6. Ноэль-Нойман Э., Общественное мнение. Открытие спирали молчания / пер. с нем.; общ. ред. и предисл. Мансурова Н.С. – М.: Прогресс-Академия, Весь мир, 1996. – 352 с.: илл.
7. Neuman W.R., Marcus G.E., MacKuen M.B. / Hardwired for News: Affective Intelligence and Political Attention / “Broadcast Education Association” Journal of Broadcasting & Electronic Media 62(4), 2018, pp. 614–635 / e-resource: access mode 12/10/2020, URL: https://www.researchgate.net/publication/322400328_Hardwired_for_News_Affective_Intelligence_and_Political_Attention.

8. Баранова Е.А., Формы организации и проблемы использования UGC на газетном сайте / электронный журнал «Медиаскоп», Media`s hunger for user generated content / (дата обращения: 25.12.2020), URL: <http://www.mediascope.ru/1531>.
9. Волков Д., Гончаров С., РОССИЙСКИЙ МЕДИАЛАНДШАФТ – 2019: телевидение, пресса, интернет и социальные сети // «ЛЕВАДА-ЦЕНТР», Аналитический центр Юрия Левады / – эл. ресурс (дата обращения – 27.12.20), URL: <https://www.levada.ru/2019/08/01/rossijskij-media-landshaft-2019/>.
10. Кастельс М., Власть коммуникации / пер. с англ. Н.М. Тылевич; под науч. ред. А.И. Черных; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016.
11. Katz J.E., Rice R.E. Social Consequences of Internet Use: Access, Involvement, and Interaction. Cambridge (MA): MIT Press, 2002.
12. Jenkins H., Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. N.Y.: New York University Press, 2006.
13. Kraaijenbrink Jeroen, What Does VUCA Really Mean? / эл. ресурс: дата обращения 26.11.20 г., URL: <https://www.forbes.com/sites/jeroenkraaijenbrink/2018/12/19/what-does-vuca-really-mean/?sh=3a5391d817d6>.
14. Katz J.E., Aakhus M.A., Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
15. Зюзяев А., Люди обратились к тем, кому доверяют / газета «Комсомольская правда» 29.09.20 / эл. ресурс: режим доступа 02.12.20 г., URL: <https://www.saratov.kp.ru/daily/217188/4295462/>.

Karpova Galina Gennadievna

Yuri Gagarin state technical university of Saratov, Saratov, Russia
E-mail: karpgal@mail.ru
РИИЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=339066

Suleimanov Mnir Rafhatovich

Yuri Gagarin state technical university of Saratov, Saratov, Russia
E-mail: mrsul@mail.ru

The culture of media consumption in the context of the communicative arrhythmia

Abstract. The authors consider the culture of media consumption as a part of the public opinion's formation process in a particularly aggravated period of the coronavirus pandemic, caused by a lack of reliable and verified information, and bursts of network traffic. The communicative VUCA-world in its current state proposes to significantly revise the approaches and assessments of the importance of traditional (classical) channels of information.

The authors consider the “social distancing” recommended by WHO as a communicative construct that switched the media consumption culture of the population of almost the entire planet into the online digital space in self-isolation mode. However, the presence of chats on streaming sites and the opportunity to exchange “publicly” their reactions, opinions, and engage in discussions practically leveled the difficulties of self-isolation. Culturologists note that in social networks the “listen/listen” paradigm has changed to “discuss/turn on”.

The authors analyze the communicative practices of consumption of information messages, which are undergoing changes caused by the rapid development of digital content. The convergence of traditional media that has taken place over the past decade has accelerated not only at the federal level, but also regionally. It significantly expands and simplifies access to information: chats are actively used on network resources as a platform for exchange of opinions. The authors of the article argue that the emergence of new forms and platforms for information exchange requires new approaches to the aggregation and distribution of digital environment, as an important component of social communication; and in the practice of media consumption culture, the professional media with their usual classical formats and genres based on cultural traditions should remain a priority in creating the main information content.

Keywords: culture of media consumption; media convergence; network communication; communicative deformation; VUCA-world

REFERENCES

1. Hegel, G.V.F. The German Constitution / G.W.F. Hegel // Political works / G.V.F. Hegel. – M., 1978.
2. Fuller Steve, “State 2.0” will be a cyborg, but a person will still remain an integral part of the political process // «Expert» magazine №43 (1181), – e-resource: access mode 27/12/2020, URL: <https://expert.ru/expert/2020/48/stiv-fuller-gosudarstvo-20-budet-kiborgom-no-chelovek-vse-ravno-ostanetsya-neotemletoj-chastyu-politicheskogo-protssesa/>.

3. Bystritsky A.G. (general editing), Kiriya I.V., Laiko M.A. (Responsible Secretary), Puchkov M.S., Zharov A.A., Pototsky I., Kalin A., "New information and communication environment. Condition, problems, challenges. An attempt to comprehend" – Expert report / newspaper "Rossiyskaya Gazeta" – federal issue № 120 (5496) / e-resource: access mode 12/10/2020, URL: <https://img.rg.ru/pril/article/48/38/20/Doklad-svyaz.pdf>.
4. Downing J.D.H. The Independent Media Center Movement // Contesting Media Power: Alternative Media in Networked World / ed. by N. Couldry, J. Curran. Lanham (MD): Rowman and Littlefield, 2003. P. 243–258.
5. McLuhan, Herbert Marshall. Understanding Media: The Extensions Of Man. 1st Ed.: McGraw Hill, 1964; Reissued by MIT Press, 1994. / – e-resource: access mode 12/10/2020, URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3528>.
6. Noel-Neumann E., Public Opinion. Opening the spiral of silence / translation from German; general ed. and foreword. Mansurova N.S. – M.: Progress-Academy, Ves mir, 1996. – 352 p.: Ill. [in Russian].
7. Neuman W.R., Marcus G.E., MacKuen M.B. / Hardwired for News: Affective Intelligence and Political Attention / "Broadcast Education Association" Journal of Broadcasting & Electronic Media 62(4), 2018, pp. 614–635 / e-resource: access mode 12/10/2020, URL: https://www.researchgate.net/publication/322400328_Hardwired_for_News_Affective_Intelligence_and_Political_Attention.
8. Baranova E.A. Forms of Organizing and Problems of Using UGC on a Newspaper Website / e-resource: access mode 25/12/2020, URL: <http://www.mediascope.ru/1531>.
9. Volkov D., Goncharov S., RUSSIAN MEDIALANDSCAPE – 2019: TV, press, Internet and social networks // LEVADA-CENTER, Yuri Levada Analytical Center / – e-resource: access mode 27/12/2020 URL: <https://www.levada.ru/2019/08/01/rossijskij-media-landshaft-2019/>.
10. Castells M., Power of communication / translation from English N.M. Tylevich; under scientific ed. A. I. Chernykh; National Research University Higher School of Economics. – M.: Publishing house of the Higher School of Economics, 2016. – 564 p. [in Russian]
11. Katz J.E., Rice R.E. Social Consequences of Internet Use: Access, Involvement, and Interaction. Cambridge (MA): MIT Press, 2002.
12. Jenkins H., Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. N.Y.: New York University Press, 2006. – 215 p.
13. Kraaijenbrink Jeroen, What Does VUCA Really Mean? / e-resource: access mode 11/26/2020. URL: <https://www.forbes.com/sites/jeroenkraaijenbrink/2018/12/19/what-does-vuca-really-mean/?sh=3a5391d817d6>.
14. Katz J.E., Aakhus M.A., Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.
15. Zyuzyaev A., People turned to those they trust / Komsomolskaya Pravda newspaper 09/29/2020 / e-resource: access mode 12/02/2020. URL: <https://www.saratov.kp.ru/daily/217188/4295462/>.