

■ ■ ■ Становление синергично сложного медиапотребления: запрос на суверенный коммуникативный дискурс

Кравченко С.А., Феценко А.В.

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена необходимостью анализа трансформаций массовой коммуникации, детерминированных становлением «синергично сложной реальности» (Н.И. Лапин). Последствия цифровизации также формируют сложный коммуникативный дискурс, для которого характерна синергия традиционных и новых медиа в единую среду медиапотребления. Медиапотребление рассматривается как процесс восприятия, обработки и усвоения информации, получаемой человеком через различные медиаканалы. Показывается, что главными факторами становления синергично сложного медиапотребления являются цифровая метаморфоза мира (У. Бек), массовая самокоммуникация (М. Кастельс) – они во многом определяют специфику современного коммуникативного дискурса, выступающего агентом социализации молодежи и формирования национального человеческого капитала. С учетом имманентных последствий этих процессов для новой России авторы предлагают суверенную модель синергично сложного медиапотребления, адекватную генотипу отечественной культуры. Предлагаемая модель учитывает культурную и цивилизационную обусловленность медиапотребления.

Ключевые слова: медиапотребление, синергичные сложности, цифровизация, коммуникация, цифровые медиа, нелинейность, национальная модель, суверенное развитие

Для цитирования: Кравченко С.А., Феценко А.В. Становление синергично сложного медиапотребления: запрос на суверенный коммуникативный дискурс // Коммуникология. 2026. Том 14. №1. С. 13-25. DOI 10.21453/2311-3065-2026-14-1-13-25.

Сведения об авторах: Кравченко Сергей Александрович – доктор философских наук, профессор кафедры социологии МГИМО МИД России. ORCID: 0000-0003-2528-5703. E-mail: sociol7@yandex.ru; Феценко Алёна Владиславовна – магистрант кафедры социологии МГИМО МИД России. ORCID: 0009-0002-2458-8729. E-mail: a.fetsenko@mgimo.ru. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 76.

Статья поступила в редакцию: 09.12.2025. *Принята к печати:* 23.03.2026

Введение. История исследований массовой коммуникации берет свое начало в первой половине XX века. Однако понятие медиапотребления стало активно использоваться только во второй половине XX в., когда сформировалось общество потребления и рыночные отношения стали проникать во все сферы

Конфликт интересов: отсутствует.

жизнедеятельности людей. В связи с этим, специальным предметом социологических исследований стала коммерческая информация, а затем и медиапотребление, характер которого ныне в значительной степени детерминирован синергично сложными реалиями.

Синергично сложное медиапотребление: историко-культурные, идейные и экономические составляющие

Зарождение и развитие медиапотребления обусловлены эффектами «стрелы времени» – согласно лауреату Нобелевской премии, И. Пригожину, имеет место ускоряющаяся и усложняющаяся динамика природы, человеческих сообществ, технологий, их со-развитие [Пригожин, Стенгерс].

Понятие «медиапотребление» в различных публикациях Ф.И. Шаркова упоминается в контексте обсуждения проблем медиакоммуникаций и рассматривается как процесс восприятия, обработки и усвоения информации, получаемой человеком через различные медиаканалы [Шарков, Бузин 2011].

Современное медиапотребление позволяет удовлетворять коммуникационные потребности людей [Назаров, 2004]. Их характер и содержание обусловлены доминирующими в обществе символами, многие из которых искусственно производятся с экономическими, политическими и идейно-культурными целями, в результате чего медиапотребление выступает «как активная социальная практика по переработке символического материала» [Коломиец: 62]. В зависимости от идейного и социокультурного контекста символов, ускоряющейся и усложняющейся динамики их обновления, у индивидов, как считает З. Бауман, формируется «текучее» сознание [Бауман, 2008] и, соответственно, зарождаются характерные *дегуманизированные коммуникации*: в контексте «текущего времени» [Bauman, 2009] воспроизводятся социальные практики прагматического потребительства [Bauman, 2008] и «текучей культуры» [Bauman, 2011].

Медиапотребление перманентно обретает все более сложное содержание. Российский социолог и философ Н.И. Лапин обосновал, что сущностной характеристикой современного российского общества являются *синергичные сложности*, представляющие собой «качественно новые реалии, возникшие как результат нелинейного процесса их становления в контексте прошлого, настоящего и будущего». Вместе с тем, возникают вызовы устойчивому развитию страны. Поэтому, считает ученый, «необходимо диалектическое *возвращение к своим цивилизационным основаниям* с собиранием и защитой культурного своеобразия» [Лапин: 12], что относится к анализу последствий распространения динамично-сложного символического материала, сказывающегося на характере коммуникаций. В нем важное место занимают *национальные идеи*. По мнению В.Н. Иванова, «в российском обществе наблюдается ныне явная идейно-политическая разобщенность, проявляющаяся в противостоянии различных идеологических течений... И в этих сложных условиях власти предрасположены осознавать

необходимость предложить обществу объединяющую его идею, идею общего дела и желаемой социальной перспективы» [Иванов: 25].

На содержание медиапотребления также влияют экономические факторы. В современном сложном обществе формируется новая экономическая модель – цифровой капитализм, где специфические символы потребительского поведения, воспроизводящиеся в социальных медиа, становятся новым властным ресурсом, формирующим содержание общественного сознания и характер коммуникативного дискурса. Возникает синергия власти символов, специфического коммуникативного дискурса и экономического фактора, проявляющегося в различных формах: капитализм платформ [Срничек], надзорный капитализм [Зубофф] и капитализм в режиме 24/7 [Крэри]. Эта система гибридного типа сделала возможным зарождение и утверждение синергично сложной структуры медиапотребления.

В последнее десятилетие социологи в России и мире отмечают радикальные трансформации потребления информации, связанные с развитием цифровых технологий. Глобо-локальный процесс внедрения цифровых инноваций во все сферы жизнедеятельности и их нелинейное развитие, формирующиеся в условиях медиaprостранства синергично сложного типа, вносят значительный вклад в производство специфического коммуникативного дискурса с амбивалентными последствиями для человеческого капитала [Кравченко, 2024].

«Массовая самокоммуникация», по М. Кастельсу, форма коммуникации, включающая в себя Интернет, аватар-интеракцию, цифровой контент, что образует «новую коммуникационную среду» и «культуру реальной виртуальности» [Castells: xxx, xxxi]. Она является главным фактором перехода из постиндустриального общества в общество информационное, отличающееся сложным медиапотреблением: благодаря виртуальным сетям коммуницирующие индивиды оказываются в «соседствующих пространствах» и начинают осуществлять взаимодействия «во вневременном времени» [Castells: xl, xxxi].

Таким образом, выделим характерные особенности синергично сложного медиапотребления. В отличие от традиционной однонаправленной массовой коммуникации, новая форма является интерактивной и обеспечивает потребителей медиа синергичной возможностью двусторонней коммуникации. Претерпевает радикальную трансформацию в виде метаморфозы институциональная структура медиапотребления, т.к. отправители и получатели информации через средства цифровой коммуникации одновременно являются и медиа, и их непосредственными потребителями [Колобова].

Интернет-среда интерактивна, появляется возможность автономного, индивидуализированного приема информации «по запросу», отбор цифрового контента, который соответствует актуальным потребностям, интересам, желаниям и предпочтениям коммуникативного субъекта. Формируется аудитория креативного типа, предрасположенная к инновациям, особенно в сфере своего образования и профессиональной карьеры [Кравченко, 2025(a)]. Ее представители

самостоятельно распоряжаются своими коммуникативными практиками, «создают собственный смысл в ходе сопоставления своего опыта с получаемой из однонаправленного потока информацией» [Кастельс: 157]. Однако встроенные в цифровые социальные медиа механизмы алгоритмической персонализации не только качественно улучшают практики коммуникации, доставляя релевантную субъекту медиапотребления информацию, но и провоцируют такие негативные последствия как эффекты «эхо-камер», «пузырей фильтров» и алгоритмической дискриминации [Тихонюк].

Повышается гибкость и мобильность медиапотребления, становится возможным смешение форматов представления информации и каналов ее распространения, объединенных в одну синергично сложную медиасистему. Происходит синергия различных медийных источников, т.е. в силу технологических инноваций ранее независимые и непересекающиеся традиционные источники информации включаются в единую среду в сети Интернет и делают возможной непрерывную массовую самокоммуникацию. В этих реалиях актуализируется зиммельская идея моста как стремления людей к культурным связям применительно к коммуникации людей вне пространственных ограничений [Зиммель]. Мосты в сети, считает М. Грановеттер, представляют собой слабые связи. Однако их сила в том, что люди, находясь в разных странах и будучи мало знакомы между собой, могут контактировать друг с другом [Granovetter]. При этом возникает амбивалентность: имеет место фрагментация массовой аудитории вследствие роста числа цифровых источников информации, «развития нишевых каналов и программ, направленных на узкие тематические и демографические группы» [Назаров, Юркин 2024: 383]. Это способствует ослаблению роли традиционных медиа в процессе формирования повестки дня, что усугубляется внедрением рекомендательных сервисов на онлайн-платформах.

Практически у каждого пользователя новых каналов коммуникации появляется «цифровое тело», т.е. возможность производства своей социо-цифровой идентичности. Инсценированная реальность как результат деятельности акторов-блогеров социальных медиа, подчас, обретает большую символическую и социальную значимость, чем объективная реальность. Это существенно дегуманизирует характер коммуникаций между индивидами как социальными акторами [Кравченко, 2020].

В новый формат распространения информации «многие-многим» интегрируются актанты, нечеловеческие акторы [Latour], которые постепенно обретают независимость, однако синергично взаимодействуют с человеком. В первую очередь, это связано с внедрением технологий искусственного интеллекта в социальные медиа для создания фото-/видео-/аудиоматериалов, которые становятся органической частью синергично сложного медиапотребления. С развитием технологий deepfake остро встает проблема доверия к цифровым актантам в мировом обществе риска [Кравченко, 2016]. Также появляются ИИ-инфлюенсеры, профили нейро-персонажей в социальных сетях, которые не имеют основания

в объективной реальности, но реальны по своим последствиям производства символов «текучего» типа. Эти актанты смещают фокус внимания с таких функций массовой коммуникации как общение, самоидентификация, самовыражение, ради которых они изначально создавались, на исключительно потребление искусственно сгенерированного контента [Walter]. Акцент на коммерциализацию медиапотребления ведет к обесцениванию собственно человеческих офлайн коммуникаций в медиа пространстве.

Наличие тенденций формирования синергично сложного медиапотребления в России подтверждают результаты эмпирического исследования ФНИСЦ РАН, проведенного под руководством М.М. Назарова. За 11 лет доля потребления информации в Интернете выросла более чем в 5 раз и в 2022 г. составила 58%. «Причём значимую долю в медиапотреблении теперь занимают такие активности, которых фактически не было десятилетие назад: использование социальных сетей (30%); просмотр видео в Интернете (17%) и др.» [Назаров, Юркин 2024: 396]. Отмечается возникновение новых форм взаимодействия с информацией, носящих асинхронный во времени и пространстве характер: стираются границы между онлайн и офлайн активностями, а потребление медиа неразрывно связывается с другими видами деятельности в общем бюджете времени человека. Эмпирические данные отражают углубление социальной стратификации и фрагментации российской аудитории: рекомендательные сервисы в Интернет-медиа способствуют «формированию типологических групп аудитории, медийный репертуар которых слабо пересекается между собой» [Назаров, Юркин 2025: 57].

Ф.И. Шарков в статье «Человек в современной медиасреде: взгляд на концепт М.М. Назарова» [Шарков 2022: 82-96], на основе данных, полученных Назаровым, анализирует особенности коммуникативного поведения и отношения к телеканалам, которые накладывают отпечаток на специфику кластеров. Например, «респонденты кластера 1 («погруженные в сеть») характеризуются наименьшей активностью просмотра телевидения. Приоритетными в плане их просмотра являются музыкально-развлекательные каналы типа MTV, Bridge TV и др. Представители кластеров 2 и 3 (высокое и умеренное медиапотребление) ориентированы на просмотр широкого спектра каналов, включающего национальные (1 канал, Россия-1, НТВ), сетевые (ТНТ, СТС, Рен-ТВ), ведущие тематические (напр., Звезда и др.). «Живущие без интернета» (кластер 5) характеризуются максимально активным по сравнению с другими кластерами просмотром преимущественно национальных каналов»

В последние десятилетия в медиаландшафтах практически всех стран мира доминируют по значимости два медиа – телевидение и интернет. Успешности массового распространения интернет не в последнюю очередь способствовали новая технологическая база и новая (по сравнению с традиционными медиа) платформенная организация бизнеса. Ныне, благодаря цифровизации «телевидение находится в непосредственной конкуренции с большим по объему и широким в жанрово-тематическом плане перечнем видеоматериалов, доступных

массовой аудитории. Для определения того, какие потребности лучше удовлетворяет телевидение, с одной стороны, и онлайн-видео – с другой, проведен анализ представлений регулярных пользователей интернета» [Назаров 2021]. Коммуникативное поведение этой группы характеризуется тем, что у аудитории имеется возможность использования каждой из форм экранного потребления.

Н.Е. Тихонова обосновала инновационную методологию исследования усложняющихся трендов социальной стратификации российского общества, знание которых позволяет принимать практические решения по обеспечению устойчивого развития страны [Тихонова, 2014]. Она включает в себя интегральный инструментарий: марксистское видение классовой структуры с акцентом на уровень жизни людей; неомарксистский подход Э. Райта, основанный на учете динамики доминантов в классовых отношениях – производства и обмена; веберианскую интерпретацию социальных действий в контексте различных типов рациональности; неовеберианскую модель Д. Голдторпа, предложившего лонглитнейное моделирование таблиц мобильности социальных классов; методику ESOMAR; ресурсный подход к стратификации, разрабатываемый как российскими социологами (В.В. Радаев, О.И. Шкаратан), так и зарубежными (Г. Беккер, П. Бурдые, М. Кастельс, У. Бек) [Тихонова, 2006]. Все подходы используются в контексте их критического осмысливания и применительно к анализу характера и содержания коммуникаций в новой России, что позволяет выявлять вызовы и выработать стратегию совершенствования отечественной системы медиапотребления с целью устойчивого развития страны.

Метаморфизация синергийно сложного медиапотребления: запрос на сохранение генотипа отечественной культуры

Согласно международному исследованию, российские тренды медиапотребления в некотором смысле схожи с мировыми¹. Это обусловлено тем, что новая коммуникационная среда и структура медиапотребления на глобальном уровне выступают как синергийные сложности, формирующиеся в условиях метаморфизации мира под влиянием его цифровизации. По мнению У. Бека, цифровая революция и цифровая метаморфоза власти это – два процесса, обусловленные глобальной «метаморфизацией мира», трансформирующие все сферы жизнедеятельности человека. Ныне, отмечает он, утверждается «цифровая метаморфоза, существенно отличная от цифровой революции. Цифровая революция отображает главным образом технологически детерминированное социальное изменение... Понятие революция предполагает, что изменение намеренное, линейное и прогрессивное... Цифровая метаморфоза, напротив, имеет дело с ненамеренными, зачастую побочными эффектами, которые производят метаморфизированных субъектов, то есть цифровых людей», природа которых «ста-

¹ We Are Social & Meltwater (2026). Digital 2026: The Russian Federation. URL: <https://dataportal.com/reports/digital-2026-russian-federation> (дата обращения: 14.01.2026).

вит под вопрос такие традиционные категории, как статус, социальная идентичность, коллективность и индивидуализация» [Веck: 145-146].

Сказанное относится и к усложняющемуся характеру медиапотребления в России. Так, сложные цифровые метаморфозы оказали влияние на формирование дисперсионной природы общества и развитие центробежных тенденций в различных сферах. Травматические последствия этих трансформаций особенно сказываются на сознании и характере коммуникаций молодых россиян [Кравченко, 2019]. В зависимости от ориентации на конкретные структуры медиапотребления, мотивов и социокультурного контекста потребления контента пользователи могут по-разному интерпретировать его содержание и в итоге формировать свое отношение к значимым социальным институтам и явлениям. Появившаяся в условиях метаморфизации мира массовая самокоммуникация по своим последствиям амбивалентна: она способствует не только позитивным трансформациям (коммуникационные культурные мосты), но и провоцирует индивидуализированные и пассивные по своей сути формы коммуникации.

Цифровая метаморфоза радикально изменила суть медиапотребления – по существу, оно стало новым «значимым другим», превосходящим по функциональности традиционные «значимые другие» и их роль в процессе социализации российской молодежи, побочным эффектом чего может стать сжатие мировоззренческого восприятия и качественное изменение представлений об основных ценностно-целевых установках среди молодежи. Подчас, медиапотребление не только формирует новые ценности и нормы, но и подрывает те, которые сложились ранее в семье и школе. Это особенно важно учитывать в современном медиа контексте, характеризуемом как «информационная война» [Латов]. Преобладание в отдельных группах аудитории идейно противоречивых источников информации существенно усложняет использование медиа как важного агента социализации в интересах формирования национального человеческого капитала.

Новая рискогенная реальность, возникшая в результате метаморфизации мира, провоцирует не только негативные последствия, но, по У. Беку, появление невиданных ранее «позитивных побочных эффектов плохого» [Веck]. Однако их потенциальные возможности не могут реализоваться автоматически – для их материализации в жизни необходимо критическое мышление и рефлексивность социальных акторов в контексте базовых компонентов генотипа российской культуры, выраженных, как считает академик М.К. Горшков, в «корневой системе нравственных ценностей и жизненных смыслов, вкусов и норм, критериев оценки человеком себя и окружающего мира» [Горшков и др.: 10].

Синергичные сложности имеют свою национально-культурную специфику, при том, что характер медиапотребления обусловлен политическими, экономическими, идеологическими и социокультурными реалиями. Следует иметь в виду, что в период либеральных реформ утвердилась западная модель медиапотребления с соответствующими ценностями, интегрированная в нашу страну посредством вестернизированной модели цифровизации. Российские ученые указы-

вают на недопустимость подобных практик заимствования и ратуют за формирование суверенной, национально-культурной модели цифровизации с гуманистическим стержнем [Кравченко, 2022; Володенков, Федорченко].

Вместо заключения.

Запрос на синергийно сложное медиапотребление суверенного типа

Проблема суверенизации синергийно сложного медиапотребления актуализируется. Для ее решения предлагаются как информационные, так и организационно-правовые инструменты. В частности, проводится блокировка или замедление одних каналов коммуникации с параллельным созданием собственнотечественных платформ, основанных на воспроизводстве и развитии наших базовых гуманистических ценностей. Необходимо, чтобы суверенные средства цифровой коммуникации не становились бы аналогами западных платформ, а предлагали качественно иную инфраструктуру массовой коммуникации, которая обеспечит формирование суверенной модели медиапотребления, что создает необходимые условия для суверенного социологического и политологического образования [Кравченко 2023; 2025(b)]. Представляется необходимым создание креативного медиа контента, воспроизводящего национальные нарративы, традиционные духовно-нравственные ценности российской культуры, и его распространение посредством системы цифровых каналов массовой коммуникации для охвата максимального числа подгрупп фрагментированной аудитории, особенно молодежи.

Важным компонентом суверенного синергийно сложного медиапотребления является механизм контроля над информационными потоками, а также регламентация процесса внедрения и взаимодействия с нечеловеческими цифровыми актантами. Отдельным направлением в рамках формирования суверенной модели медиапотребления является работа с цифровыми компетенциями субъектов онлайн массовой коммуникации. Представляется необходимым разработка программы внедрения национально-культурной модели цифровизации [Кравченко, 2022], которая необходима для *сохранения* коммуникативного дискурса, учитывающего базовые социокультурные реалии жизненного мира россиян.

Для суверенного медиапотребления весьма значимы функции *русского языка* в качестве средств консолидации сообщества, обеспечения социального взаимодействия поколений, сохранения социального опыта, содержащегося в гено типе культуры, а также развития цивилизационного диалога. На востребованность такого диалога указал В.В. Путин в послании Федеральному Собранию: «Россия – открытая страна и при этом самобытная цивилизация. В этом утверждении нет никакой претензии на исключительность и превосходство, но эта цивилизация наша... Будем развивать сотрудничество с друзьями, со всеми, кто готов к совместной работе, будем перенимать всё лучшее, но рассчитывать прежде всего на свой потенциал, на созидательную энергию российского

общества, на свои традиции и ценности»¹. Культурные и цивилизационные мосты партнерства, реализуемые посредством включения русского языка в медиапотребление, позволяют воспроизводить функциональность Русского мира, связывая соотечественников, где бы они ни проживали, со своей страной.

Источники

Бауман З. (2008). *Текущая современность*. СПб.: Питер.

Володенков С.В., Федорченко С.Н. (2025). Суверенитет цифрового пространства общественно-политических коммуникаций в современной России и его ключевые компоненты: по материалам экспертного исследования // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. Т. 27. № 3. С. 520-542.

Горшков М.М., Комиссаров С.Н., Карпухин О.И. (2022). На переломе веков: социодинамика российской культуры. М.: ФНИСЦ РАН.

Зиммель Г. (2013). Мост и дверь // *Социология власти*. № 3. С. 145-150.

Зубофф Ш. (2022). Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти / пер. с англ. А. Ф. Васильева; под ред. Я. Охонько и А. Смирнова. – Москва: Издательство Института Гайдара.

Иванов В.Н. (2025). Идеология: pro et contra (История и современность) [монография]. ИПИ ФНИСЦ РАН. М.: Издательство «У Никитских ворот».

Кастельс М. (2016). *Власть коммуникации: учеб. пособие* / пер. с англ. Тылевич Н. М.; под науч. ред. Черных А. И.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики.

Колобова Е.Ю. (2020). Трансформация медиапотребления в условиях цифровой реальности // *Петербургский экономический журнал*. № 4. С. 25-39.

Коломиец В.П. (2010). Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе // *Социологические исследования*. № 1. С. 58-65.

Кравченко С.А. (2016). Доверие к знанию во всемирном обществе риска // *Международные процессы*. Т. 14. № 2. С. 38-47.

Кравченко С.А. (2019). Усложняющиеся метаморфозы: социологические поиски ответов на вызовы. Монография. М.: АНО «Редакция журнала «Знание-сила».

Кравченко С.А. (2020). Возрастающая роль «цифрового тела» в человеческом капитале: изменения в характере коммуникаций // *Коммуникология*. Том 8. № 3. С. 15-28.

Кравченко С.А. (2022). Амбивалентности цифровизации: востребованность ее национально-культурной модели для устойчивого развития. // *Социологические исследования*. № 9. С. 29-37.

Кравченко С.А. (2023). Диагностика рисков становления новой России: запрос на интегральное и суверенное знание в сфере социально-политических наук // *Полис. Политические исследования*. № 3. С. 165-180.

Кравченко С.А. (2024). Социологическая диагностика синергийных сложностей современной России. Москва: МГИМО-Университет.

Кравченко С.А. (2025a). Академик РАН Михаил Горшков: инновации в отечественную социологию и социологию образования // *Гуманитарий Юга России*. Том 14. № 6. С. 34-45.

Кравченко С.А. (2025b). Тернистый путь суверенизации отечественной социологии: история, современность, перспективы // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*. Т. 25. № 2. С. 273-285.

¹ Путин В.В. Послание Федеральному Собранию 21 февраля 2023 года // Полная стенограмма. URL: <https://www.kp.ru/daily/27468/4724024/> (дата обращения: 25.02.23).

Крэри Дж. (2022). 24/7. Поздний капитализм и цели сна / пер. с англ. А. Васильева; под науч. ред. А. Смирнова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики.

Лапин Н.И. (2021). Сложность становления новой России. Антропосоциокультурный подход. М.: Весь мир.

Латов Ю.В. (2023). Динамика массового сознания россиян: экстраординарная ситуация или начало нового цикла? // *Полис. Политические исследования*. № 6. С. 161-179.

Назаров М.М. (2004). Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: «Аванти плюс».

Назаров М.М. (2021). Телевидение в конвергентной медиасреде: аудиторные тренды// социологические исследования. № 6. С. 69-78.

Назаров М.М., Юркин Д.Н. (2024). Мультимедийное потребление российской аудитории: опыт исследования 2021-2022 гг. // *Россия реформирующаяся*. № 22. С. 375-404.

Назаров М.М., Юркин Д.Н. (2025). Структура российского медиапотребления: результаты типологического анализа // *Коммуникология*. Т. 13. № 3. С. 43-60.

Пригожин И., Стенгерс И. (2022). Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой. М.: УРСС.

Срничек Н. (2019). Капитализм платформ / пер. с англ. и науч. ред. М. Добряковой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики.

Тихонова Н.Е. (2006). Ресурсный подход как новая теоретическая парадигма в стратификационных исследованиях // *Экономическая социология*. Т. 7. № 3. С. 11-25.

Тихонова Н.Е. (2014). Социальная структура России: теории и реальность. М. Новый хронограф: Ин-т социологии РАН.

Тихонюк А.А. (2024). Искусственный интеллект и масс-медиа: негативные аспекты алгоритмов персонализации контента // *Коммуникология*. Том 12. № 3. С. 43-60.

Шарков Ф.И. (2011). Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Москва: Дашков и К., 486 с.

Шарков Ф.И. (2022). Человек в современной медиасреде: взгляд на концепт М.М. Назарова о редукции традиционных форм // *Коммуникология: электронный научный журнал*. Том 7. №4. С.82-96.

Bauman Z. (2008). *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press.

Bauman Z. (2009). *Liquid Times. Living in an Age of Uncertainty*. Cambridge: Polity Press.

Bauman Z. (2011). *Culture in a Liquid Modern World*. Cambridge: Polity Press.

Beck U. (2016). *The Metamorphosis of the World*. Cambridge: Polity Press.

Castells M. (2010). *The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume I: The Rise of the Network Society*. Second edition. Oxford: Wiley-Blackwell.

Granovetter M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. Vol.78. No.6. P. 1360-1380.

Latour B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. Oxford: Oxford University Press.

Walter Y. (2025). Artificial influencers and the dead internet theory. *AI & Society*. Vol.40. P. 239–240.

■ ■ ■ The emergence of synergistically complex media consumption: a request for sovereign communicative discourse

Kravchenko S.A., Fetsenko A.V.

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO – University), Moscow, Russia.

Abstract. The relevance of the research is determined by the need to analyze transformations of mass communication caused by the formation of a «synergistically complex reality» (N.I. Lapin). Consequences of digitalization also form a complex communicative discourse characterized by the synergy of traditional and new media into a single environment of media consumption. It is shown that the main factors of the formation of synergistically complex media consumption are the digital metamorphosis of the world (W. Beck), mass self-communication (M. Castells) – they largely determine specifics of modern communicative discourse, which acts as an agent of the socialization of youth and the formation of national human capital. Taking into account the inherent consequences of these processes for new Russia, the authors propose a sovereign model of synergistically complex media consumption, corresponding with the genotype of Russian culture. The proposed model takes into account cultural and civilizational conditionality of media consumption.

Keywords: media consumption, digitalization, communication, digital media, non-linearity, synergetic complexities, national model, sovereign development.

For citation: Kravchenko S.A., Fetsenko A.V. The emergence of synergistically complex media consumption: a request for sovereign communicative discourse //Communicology. 2025. Vol.14. No. 1, pp. 13-25. DOI 10.21453/2311-3065-2026-14-1-13-25.

Inf. about the authors: Kravchenko Sergey Aleksandrovich – DSc (Soc.), Prof. of the Department of sociology, MGIMO – University. ORCID: 0000-0003-2528-5703. *E-mail:* sociol7@yandex.ru; Fetsenko Alyona Vladislavovna – graduate student of the Department of sociology, MGIMO – University. ORCID: 0009-0002-2458-8729. *E-mail:* a.fetsenko@my.mgimo.ru. *Address:* 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 76.

Received: 09.12.2025. *Accepted:* 23.03.2026.

References

- Bauman Z. (2008). Liquid modernity (transl.). St. Petersburg: Piter (in Rus.).
- Bauman Z. (2008). Consuming Life. Cambridge: Polity Press.
- Bauman Z. (2009). Liquid Times. Living in an Age of Uncertainty. Cambridge: Polity Press.
- Bauman Z. (2011). Culture in a Liquid Modern World. Cambridge: Polity Press.
- Beck U. (2016). The Metamorphosis of the World. Cambridge: Polity Press.
- Castells M. (2010). The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol.: The Rise of the Network Society. Second edition. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Castells M. (2019). Communication Power (transl.). Moscow: HSE Publishing House (in Rus.).
- Crary J. (2022). 24/7. Late Capitalism and the Ends of Sleep (transl.). Moscow: HSE Publishing House (in Rus.).
- Gorshkov M.K., Komissarov S.N., Karpukhin O.I. (2022). At the turn of the century: sociodynamics of Russian culture. Moscow: FNISTC (in Rus.).

- Granovetter M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. Vol.78. No.6, pp. 1360-1380.
- Ivanov V.N. (2025). Ideology: pro et contra. FNISTS RAS. M.: Publishing house At Nikitskiye Vorota (in Rus.).
- Kolobova E.Y. (2020). Transformation of media consumption in digital reality. *Petersburg Economic Journal*. No.4, pp. 25-39 (in Rus.).
- Kolomiets V.P. (2010). Media milieu and media consumption in Russian society today. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. No.1, pp. 58-65 (in Rus.).
- Kravchenko S.A. (2016). Confidence in knowledge in a global risk society. *Mezhdunarodnye protsessy*. Vol.14. No.2, pp. 38-47 (in Rus.).
- Kravchenko S.A. (2019). Complicated metamorphoses: sociological search for answers to challenges. Moscow: Znanie -Sila (in Rus.).
- Kravchenko S.A. (2020). The increasing role of the «digital body» in human capital: changes in the nature of communications. *Communicology*. Vol.8. No.3, pp. 15-28 (in Rus.).
- Kravchenko S.A. (2022). The ambivalences of digitalization: the demand of its national-cultural model for sustainable development. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2022. No.9, pp. 29-37 (in Rus.).
- Kravchenko S.A. (2023). Diagnostics of risks to the formation of new Russia: the demand for integral and sovereign knowledge of socio-political sciences. *Polis. Political studies*. No.3. P. 165-180 (in Rus.).
- Kravchenko S.A. (2024). Sociological diagnostics of synergetic complexities of modern Russia. Moscow: MGIMO University (in Rus.).
- Kravchenko S.A. (2025a). Academician M.K. Gorshkov: innovations in Russian sociology and sociological education. *Humanities of the South of Russia*. Vol.14. No.6, pp. 34-45 (in Rus.).
- Kravchenko S.A. (2025b). The thorny path of the Russian sociology sovereignty: History, the present time and prospects. *RUDN Journal of Sociology*. Vol.25. No.2, pp. 273-285 (in Rus.).
- Lapin N.I. (2021). Complexity of the Formation of a New Russia. Anthroposociocultural approach. Moscow: Ves' Mir (in Rus.).
- Latour B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Latov Y.V. (2023). Dynamics of the mass consciousness of Russians: an extraordinary situation or the beginning of a new cycle? *Polis. Political studies*. No.6, pp. 161-179 (In Rus.).
- Nazarov M.M. (2004). *Mass communication and society. Theory and research introduction*. M.: Avanti plyus (in Rus.).
- Nazarov M.M., Yurkin D.N. (2024). Multimedia consumption of the Russian audience: research experience in 2021-2022. *Russia reforming*. No.22, pp. 375-404. (In Rus.).
- Nazarov M.M., Yurkin D.N. (2025). The structure of media consumption in Russia: results of a typological analysis. *Communicology*. Vol.13. No.3, pp. 43-60 (in Rus.).
- Prigogine I., Stengers I. (2022). *Order Out of Chaos: Man's New Dialogue with Nature* (transl.). M.: URSS (in Rus.).
- Sharkov F.I. (2011). *Integrated communications: mass communications and media planning: textbook / Sharkov F.I., Buzin V.N.* Moscow: Dashkov and K., 486 p.
- Sharkov F.I. (2022). Man in the modern media environment: a look at M.M. Nazarov's concept of the reduction of traditional forms // *Communicology: an electronic scientific journal*. Vol. 7. No. 4, pp. 82-96.
- Simmel G. (2013). *Bridge and Door* (transl.) *Sociology of Power*. No.3, pp. 145-150 (in Rus.).
- Srnicek N. (2019). *Platform Capitalism* (transl.). Moscow: HSE Publishing House (in Rus.).
- Tikhoniuk A.A. Artificial Intelligence and mass media: negative aspects of content personalization algorithms. *Communicology*. Vol.12. No.3, pp. 43-60 (in Rus.).

Tikhonova N.E. (2006). The resource approach as a new theoretical paradigm in stratification research. *Ekonomicheskaya sociologiya*. Vol.7. No.3. P. 11-25 (in Rus.).

Tikhonova N.E. (2014). *Social structure of Russia: theory and reality*. Moscow: Novy'j xronograf: Institute of Sociology FCTAS RAS (in Rus.).

Volodenkov S.V., Fedorchenko S.N. (2025). The sovereignty of the digital space of socio-political communications in contemporary Russia and its key components: evidence from expert research. *RUDN Journal of Political Science*. Vol.27. No.3. P. 520–542 (in Rus.).

Walter Y. (2025). Artificial influencers and the dead internet theory. *AI & Society*. Vol.40. P. 239–240.

Zuboff Sh. (2022). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* (transl.). Moscow: Gaidar Institute Press (in Rus.).