

ИНТЕРНЕТ КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ: ВЗГЛЯД СКВОЗЬ ПРИЗМУ ДОВЕРИЯ

Интернет рассматривается с позиции коммуникационной площадки, а также с точки зрения доверия к информации, размещающейся на его ресурсах. Информационной базой послужили данные опроса жителей России ВЦИОМ (2012, 2016, 2017, 2018 гг.), Левада-центра (2019 г.), социологического опроса жителей Новосибирска (2020 г.). На основе анализа эмпирических данных делаются выводы о повышении доверия к информации на новостных, аналитических, официальных сайтах и в социальных сетях.

Ключевые слова: интернет; коммуникация; доверие; социальные сети; блоги; интернет-сайты.

Постановка проблемы

Получение новой информации является одной из потребностей человека, необходимой ему для полноценной жизнедеятельности. Сегодня любой индивид может получить информацию, используя самые разнообразные каналы: традиционные – газеты, журналы, радиоэфир, современные в интернете – новостные каналы, социальные сети, блоги. Возможность доступа к интересующим новостям широкой аудитории крайне важна для социализации индивида и конструирования его идентичности.

Особую роль в этом процессе играют интернет-ресурсы. Стоит учитывать то, что на просторах интернета сосуществует информация самых разных типов: от конструктивной фактологической, аналитической, справочной до неконструктивной, недостоверной. В результате не только новостные сайты, но и многочисленные форумы, блоги, социальные сети Facebook, Twitter, «Одноклассники», YouTube, Instagram и другие, личные веб-сайты, открытые вики порождают поток неконтролируемой информации. Идея свободного информационного пространства оказалась несколько перегружена не только конструктивным контентом, но и искажена наличием недостоверной, низкосортной, незитичной информации. Все это привело к тому, что доля достоверной и конструктивной информации теряется в потоке псевдоинформации. А.Д. Еляков очень образно высказывается о парадоксах интернета, в том смысле, что неприглаженные, «ершистые» реальные события причисляются, облагораживаются, делают «доступными к потреблению». СМИ (интернет по А.Д. Елякову. – *С.И.*) изменяют уникальный живой событийный мир посредством виртуальной выхолощенной информации, имеющей мало общего с реальностью [1. С. 73].

Вместе с тем процесс обмена информацией посредством сети Интернет уже не остановить. Интернет превратился в мировую информационную систему, без которой индивид и социум уже не в состоянии осуществлять эффективную жизнедеятельность, получая нужную информацию в нужное время. По мнению В.Ф. Аренса, интернет – это магистраль, которая является самой быстрорастущей средой в истории [2. Р. 558]. Этой же идеи придерживается Р.Э. Хэнсон, говоря о том, что британский физик Тим Бернерс Ли при изобретении WWW создал программное обеспечение, которое позволяет интернету работать как средство массовой комму-

никации [3. Р. 274]. Учитывая это, важно исследовать, насколько сегодня пользователи того или иного интернет-источника доверяют его контенту.

Обзор литературы

Отправной точкой в рамках данной статьи является проблематика доверия, в том числе к СМИ, которая развивается в работах зарубежных и отечественных ученых. Специфика средств массовой информации в том, что они выступают площадкой для коммуникаций. Как полагают А. Дюран и И. Шеферд, сегодня на социум воздействуют два важнейших фактора, приводя к смешению и появлению гибридных норм общения: это миграционные потоки и опосредованная интернет-коммуникация [4. Р. 147]. По М. Маркоча, интернет выполняет функцию культурного стандартизатора через этикет/не этикет, но также и выявляет различия в культуре [5]. К числу неизменных плюсов интернет-коммуникации относятся доступность, оперативность, ограниченные возможности для цензуры, дискуссионность, отсутствие посредников, горизонтальная коммуникация, разные способы передачи контента, анонимность. Как указывает О.П. Охиагу, социальные сети превосходно расширяют интерактивные и социализационные аспекты массовой коммуникации. Социальные медиа объединяют людей в одну глобальную деревню, где все узнают о том, что происходит в жизни всех остальных, даже когда события только разворачиваются. Многие люди ведут ежедневные дневники своих жизненных событий и мероприятий в социальных сетях, и их друзья могут принимать участие или реагировать на такие сообщения мгновенно [6]. Возможность участвовать в новых культурных речевых формах, и быстрота общения, и оперативная возможность получить информацию из первых рук привлекают индивидов для осуществления коммуникативных актов.

Но вовлекаясь в обилие информационных потоков, которые нередко имеют не жесткую вертикальную направленность, а интерактивную горизонтальную, индивид, так или иначе, сталкивается с потребностью определить свою позицию в доверии к предлагаемой информации. В контексте социологической теории исследование феномена доверия представлено именами таких ученых, как Э. Гидденс [7], Р. Дарендорф [8], А. Селигмен [9], Ф. Теннис [10], Ф. Фукуяма [11], П. Штомпка [12].

Исследователи рассматривают феномен доверия в его различных общественных проявлениях. Так, Э. Гидденс, описывая современность, особое внимание уделяет развитию символических и экспертных систем, без которых невозможно представить себе функционирование современных обществ. Анализ символических и экспертных систем подводит ученого к проблеме доверия. Н. Луман был одним из первых ученых, который обратил внимание на усиление доверия в современных условиях и отметил зависимость доверия от рискогенности общества. А. Селигмен усматривает в феномене доверия аспект фундаментальной проблемы общественной солидарности и полагает, что оно является существенным компонентом всех устойчивых общественных отношений. Ф. Тённис, выделяя два состояния общества *Gemeinschaft* и *Gesellschaft*, высказывается о том, что в первом случае речь идет о личном доверии, а во втором – о безличном (овеществленном) доверии, которое складывается в результате растущей экономической взаимозависимости и профессионализации людей [10. С. 221]. Ф. Фукуяма связывает доверие с социальным капиталом общества [11. С. 26]. В целом можем говорить о том, что исследователи в той или иной мере высказываются о доверии при условии обеспечения безопасного развития общества.

Доверие основано на том, что субъекты коммуникации активно общаются, учитывают мнение друг друга. В результате создается когерентная среда. Касаясь вопроса доверия в целом, отметим мнение А. Селигмена о том, что доверие является важной основой поддержания социального порядка в долговременной перспективе [9].

Отечественные исследователи выявили наличие связи между уровнем доверия к средствам массовой информации и к государственным органам власти. Проявление недоверия населения к СМИ может порождать угрозу нарушения коммуникаций между обществом и властью и снижения уровня доверия к последней. СМИ способны создать положительный или негативный имидж того или иного политического деятеля или же партии [13].

Для исследования нашей проблематики актуальны идеи Н. Лумана, который выделял доверие на макро- и микроуровнях [14]. Что касается микроуровня, то доверие здесь есть не что иное, как характеристика связи между индивидами, а на макроуровне доверие предстает как некая обобщенная характеристика в большей мере абстрактных, анонимных отношений [13]. Доверие на макроуровне оказывается в тесной связи с эффективной работой бюрократических систем, в этом случае доверие опирается на законность и институциональные системы. Если интерпретировать идеи Н. Лумана применительно к нашей проблематике, то очевидно, что доверие к интернету как элементу института средств массовой информации есть желательное состояние для того, чтобы институциональная система СМИ могла быть эффективной в ситуации риска и неопределенности.

Идея Н. Лумана о доверии к системам как необходимости находит подтверждение в работах Э. Гидденса [7]. Ученый полагает, что доверие к тем, кого ин-

дивид знает, сформировано благодаря непосредственному общению с ними, их репутации. Доверие в дистанционном взаимодействии связано уже не с личностями, а с абстрактными системами. Оно основано на безличных обстоятельствах. Иными словами, доверие индивидов обусловлено функционированием социальных систем, в которых есть полнота информации, которой до конца не обладают индивиды. По мнению Э. Гидденса, доверяющий человек становится неразрывно связанным с судьбой всей системы, так как в целом она должна работать устойчиво. Преломляя идеи Э. Гидденса в отношении доверия к интернету как источнику информации, можно отметить, что индивиды в той или иной степени вынуждены ему доверять по трем причинам. Во-первых, взаимодействие в интернет-пространстве всегда дистанционное, поэтому доверие к нему зиждется на доверии к абстрактной системе. (Поясним, что под дистанционным взаимодействием в интернете мы понимаем не личные контакты «здесь-и-сейчас», а опосредованные. Интернет на логическом уровне является абстрактной системой. Стоит добавить, что каждый индивид представляет его по-своему.) Во-вторых, индивиды не обладают той полнотой информации, что есть у этой системы. (Иными словами, интернет как абстрактная система содержит гораздо больше информации, чем отдельно взятый индивид или группа индивидов.) В-третьих, индивиды воспринимают интернет как более устойчивую систему информации и коммуникации, а потому становятся связанными с ней. (В данном случае под устойчивой системой информации и коммуникации мы имеем в виду то, что она мало зависит от внешних «возмущений», осуществляя непрерывное информирование.)

Если тема доверия Э. Гидденса развивается в рамках институциональной парадигмы, то труд П. Штомпки акцентирован на «мягких переменных», связанных с культурой доверия [15]. Ученый полагает, что другие люди, точно так же, как мы, свободны в определенных пределах и являются субъектами, способными выбрать действия разного рода. Заранее мы не можем знать, какие действия они выберут. Всегда существует риск, что другие люди предпримут действия, которые окажутся не всегда выгодными для нас, а, напротив, могут принести нам вред. Этот риск возрастает по мере того, как увеличивается число наших потенциальных партнеров, как они становятся все более разнообразными, словом, когда наша социальная среда расширяется, усложняется, становится все менее прозрачной и все менее нами контролируемой.

П. Штомпка сосредоточивает внимание на том, что доверие и недоверие можно трактовать как капитал, ресурс, который приводится в движение в результате непрерывных контактов [15. С. 326]. При доверии снижается неуверенность и появляется возможность более спокойных действий. При недоверии создаются барьеры против будущих угроз. Приведем примеры типов доверия, рассматриваемые ученым. Так, личное доверие – это доверие к тем, кого мы хорошо знаем. Позиционное доверие индивид проявляет в отношении определенных социальных ролей, про-

фессий, должностей, структур власти. Этот тип доверия не зависит от личностей, от тех, кто конкретно эти должности занимает или эти роли исполняет. Для нас представляет интерес технологическое доверие. Оно направлено на системы коммуникаций, телекоммуникаций, информационные системы, все то, что создает в повседневной жизни инфраструктуру. Как нам представляется, этот тип доверия совместно с институциональным доверием, обращенным к организационным структурам, актуализируется при обращении к интернету как источнику информации. Здесь следует учесть и то, что каждый индивид имеет свой баланс доверия, в том числе и к интернету. Кроме того, немаловажно, что если рассматривать доверие в групповом, общественном контексте, то оно обретает характер культурно-мотивированного доверия. Все сказанное справедливо и в отношении доверия к интернету как источнику информации. С одной стороны, индивид всегда имеет баланс доверия/недоверия, обращаясь в информационное пространство интернета. Но это его личный выбор, личная ставка. А с другой стороны, доверие/недоверие к интернету более широких групп может быть социальным правилом, что уже не является индивидуальным выбором, а отражает результаты коллективного опыта.

Рассматривая проблематику доверия, затронем вопрос, связанный с формой коммуникации в интернет-пространстве. По форме коммуникация в интернет-пространстве может проходить в виде презентации, манипуляции, конвенции (по С. Дацюк [16]). Для презентационной коммуникации характерно послание, для манипулятивной – сообщение, для конвенциональной – диалог. Как полагает С. Дацюк, в конвенциональной коммуникации объектом становятся социальные проблемы, но не индивиды. Индивиды становятся партнерами, инициаторами идей и т.д. На основании этой типологии можем видеть, что если в интернет-пространстве развиваются конвенциональные коммуникации, то это формирует доверие к источнику информации.

Итак, преломляя взгляды ученых, разрабатывающих идеи доверия, в отношении к исследованию интернета как источника информации можно отметить следующее. Во-первых, если развиваются конвенциональные интернет-коммуникации, то это формирует доверие к интернету. Во-вторых, специфика доверия к интернету как источнику информации состоит в том, что оно необходимо для эффективной работы институциональной системы СМИ в ситуации риска и неопределенности. В-третьих, интернет воспринимается индивидами как абстрактная дистанционная система, что и ложится в основание доверия к нему. В-четвертых, при обращении к интернету как источнику информации одновременно актуализируются два аспекта. Первый – личный баланс доверия/недоверия к предоставляемой информации. Второй – коллективный баланс доверия/недоверия к интернет-информации. Последний аспект, как нам представляется, имеет уже существенное значение для безопасного существования общества.

И, наконец, рассматривая проблему доверия к интернету как источнику информации, важно учиты-

вать, что доверие включает как минимум три компонента. Первый компонент – это то, какому каналу аудитория доверяет, получая разного рода информацию – социально-политическую, социокультурную и иную. Второй компонент – это доверие проводнику этой информации. Третий компонент отражает доверие содержанию, контенту [17].

В связи с изложенным, целесообразно обратиться к исследованию того, как изменяется вектор доверия россиян к интернету в течение нескольких последних лет.

Результаты исследования

Информационной базой исследования послужили данные ВЦИОМ (2012, 2016, 2017, 2018 гг.), Левада-центра (2019 г.) и результаты исследования жителей г. Новосибирска (2020 г.).

Обратимся к результатам исследования ВЦИОМ об особенностях современного медиапотребления в России за 2012–2018 гг. [18]. В исследовании использована стратифицированная двухосновная случайная выборка. Опрошены 1 600 респондентов (80 регионов, 500 городов и поселков городского типа, 100 сел). Интерес представляет возможность сравнения результатов за 2012, 2016, 2017, 2018 гг. В табл. 1 представлены результаты опроса о том, из каких источников СМИ респонденты получают информацию и с какой частотой.

Как видим, получение информации из интернета – новостных, аналитических, официальных сайтов – снизилось на 3% в 2018 г. по сравнению с 2017 г. Но при этом обращение к информации в социальных сетях и блогах, напротив, возросло на 5% в этот же период. Рост обращения к информации в социальных сетях и блогах можно трактовать, с одной стороны, как возможность получения последних новостей, самой свежей информации, а с другой – как некий показатель доверия к этой информации. В данном случае, вероятно, обращение к информации в социальных сетях и блогах можно трактовать в терминах П. Штомпки как «ставку» в расчете на доверие, в расчете на будущие действия других людей, в которых мы не уверены.

Интересен анализ рейтинга СМИ в разрезе социально-демографических групп с этой точки зрения (табл. 2, рис. 1). Эта информация пригодится нам для исследования доверия к СМИ.

Можем видеть, что чаще других используют интернет – новостные, аналитические, официальные сайты – респонденты в возрасте 18–24 (59%) и 25–34 (58%) лет, мужчины (49%).

К интернету – социальным сетям и блогам за информацией обращаются респонденты 18–24 лет (79%), мужчины (47%) и женщины (46 %). Обращает на себя внимание то, что все в большей мере тяготеют к интернету как источнику информации молодые респонденты. Так, если рассмотреть две возрастные группы – 18–24 лет и 45–59 лет, то можно увидеть, что число обращений к новостным, аналитическим, официальным сайтам уменьшается на 19%, к социальным сетям и блогам – на 36% (рис. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Скажите, как часто вы получаете информацию из следующих средств массовой информации» (вариант «часто»), %

Варианты ответов									
Год	TV (центрально- ное)	TV (региональ- ное, местное)	Интернет (новости, аналитика, официаль- ные сайты)	Интернет (соцсети и блоги)	Пресса (центрально- ная)	Пресса (региональ- ная, местная)	Радио (центрально- ное)	Радио (региональ- ное, местное)	СМИ (зарубеж- ные)
2012	78,0	52,0	–	–	27,0	26,0	23,0	16	6,0
2016	71,0	40,0	40,0	37,0	20,0	17,0	18,0	13,0	5,0
2017	69,0	44,0	46,0	41,0	25,0	22,0	20,0	15,0	9,0
2018	63,0	38,0	43,0	46,0	21,0	25,0	18,0	19,0	13,0

Примечание. В 2012 г. эти варианты респондентам не предлагались.

Таблица 2

Рейтинг СМИ в разрезе социально-демографических групп (2018 г.), %

Возраст, пол	TV (центр.)	TV (регион., местное)	Интернет (новости, аналитика, официальные сайты)	Интернет (соцсети и блоги)	Пресса (центр.)	Пресса (регион., местная)	Радио (центр.)	Радио (регион., местное)	СМИ (зарубеж.)
18–24	28,0	21,0	59,0	79,0	9,0	9,0	12,0	10,0	23,0
25–34	48,0	29,0	58,0	64,0	18,0	21,0	16,0	17,0	14,0
35–44	53,0	26,0	49,0	51,0	16,0	17,0	16,0	13,0	12,0
45–59	69,0	41,0	40,0	43,0	23,0	28,0	18,0	21,0	13,0
60+	83,0	54,0	25,0	23,0	27,0	35,0	24,0	24,0	11,0
Муж.	57,0	32,0	49,0	47,0	21,0	22,0	22,0	21,0	14,0
Жен.	67,0	42,0	37,0	46,0	20,0	27,0	16,0	16,0	12,0

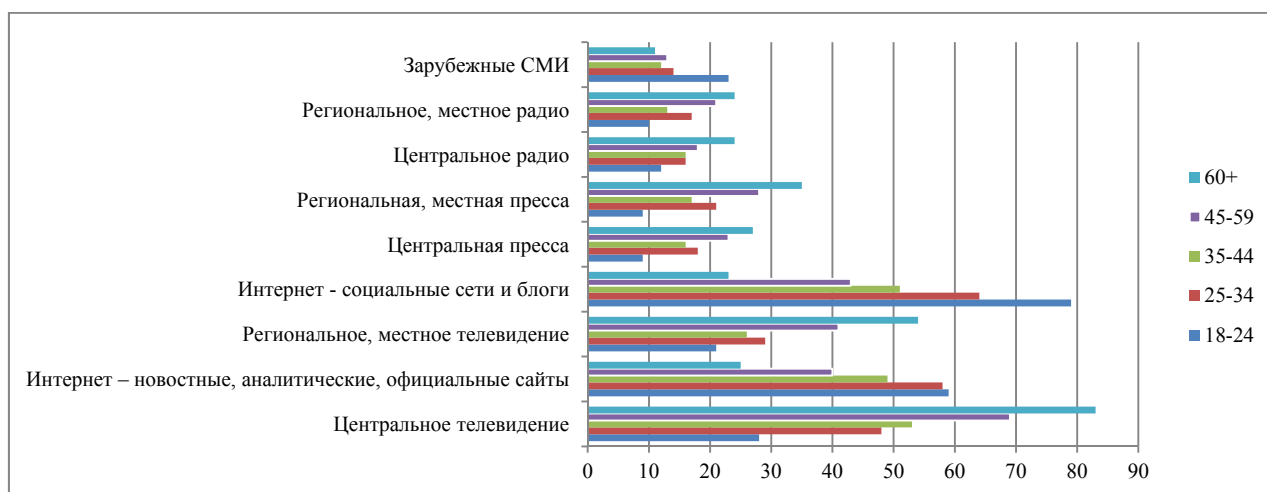


Рис. 1. Рейтинг СМИ в разрезе возраста, 2018 г., %

В исследовании был задан прямой вопрос о том, каким средствам массовой информации доверяют респонденты (табл. 3, рис. 2).

Согласно полученным данным, больше всего доверяют центральному и местному телевидению. Что касается интернет-источников, то наиболее доверяют новостным, аналитическим, официальным сайтам респонденты в возрасте 25–34 лет (65%), а социальным сетям и блогам – респонденты в возрасте 18–24 лет (48%). В целом очевидна тенденция большего доверия новостным, аналитическим и официальным интернет-сайтам, нежели социальным сетям и блогам. Это можно наблюдать и в разрезе возраста, и в разрезе пола.

Сравнивая показатели рейтинга СМИ (рис. 1) и доверия к СМИ (рис. 2), можем видеть, что новостные сайты и социальные сети имеют достаточно высокий

рейтинг обращений за информацией среди других СМИ. Однако, что касается доверия, мы можем видеть, что к источникам информации в интернете меньше доверия, чем к центральному телевидению, прессе и т.д. К примеру, респонденты в возрасте 45–59 лет в 75% случаев доверяют центральному телевидению, а новостным, аналитическим, официальным сайтам в 47% случаев.

Еще меньше доверия у этой возрастной группы к социальным сетям и блогам (26%). Вероятно, мы можем говорить о снижении баланса доверия у этих возрастных групп.

Представленные выше результаты касались исследования 2018 г. В исследовании Левада-центра в 2019 г. был сделан вывод о том, что произошло снижение потребления теленовостей россиянами при одновременном росте значимости интернета и социаль-

ных сетей как источника новостей [19]. За последние 10 лет аудитория интернета выросла с 9% до трети населения страны. 22% населения доверяют интернет-ресурсам и 20% социальным сетям (рис. 3).

По данным Левада-центра, большее доверие социальные сети вызывают у аудиторий 18–24 лет (42%) и 25–34 лет (37%). В других возрастных группах идет резкое снижение доверия. Что касается интернет-изданий, то наибольшее доверие к ним в возрастных группах 25–34 лет (33%) и 18–24 лет (31%). В следующих трех возрастных группах доверие колеблется от 18 до 22% (рис. 4).

Рост влияния интернет-ресурсов осуществляется благодаря увеличению численности интернет-аудитории. Примерно 62% россиян пользуются интернетом «ежедневно, практически ежедневно», в то время как в 2001 г. численность интернет-аудитории составляла всего от 2 до 3% населения. Аналогичная ситуация значительного роста популярности и у социальных сетей. Так, социальными сетями пользуются «ежедневно, практически ежедневно» примерно 46% россиян. Для сравнения: в 2011 г. социальные сети как коммуникативную площадку использовали 22%.

Таблица 3

Доверие средствам массовой информации, %

Возраст, пол	Варианты ответов								
	TV (центральное)	TV (региональное, местное)	Интернет (новости, аналитика, официальные сайты)	Интернет (соцсети и блоги)	Пресса (центральная)	Пресса (региональная, местная)	Радио (центральное)	Радио (региональное, местное)	СМИ (зарубежные)
18–24	60,0	60,0	49,0	48,0	49,0	58,0	51,0	57,0	26,0
25–34	64,0	65,0	65,0	43,0	59,0	56,0	52,0	52,0	20,0
35–44	65,0	64,0	55,0	36,0	59,0	54,0	46,0	49,0	11,0
45–59	75,0	68,0	47,0	26,0	65,0	61,0	52,0	48,0	10,0
60+	79,0	73,0	30,0	18,0	68,0	64,0	46,0	47,0	7,0
Муж.	63,0	60,0	47,0	32,0	55,0	53,0	48,0	49,0	13,0
Жен.	79,0	74,0	48,0	29,0	68,0	65,0	50,0	51,0	12,0

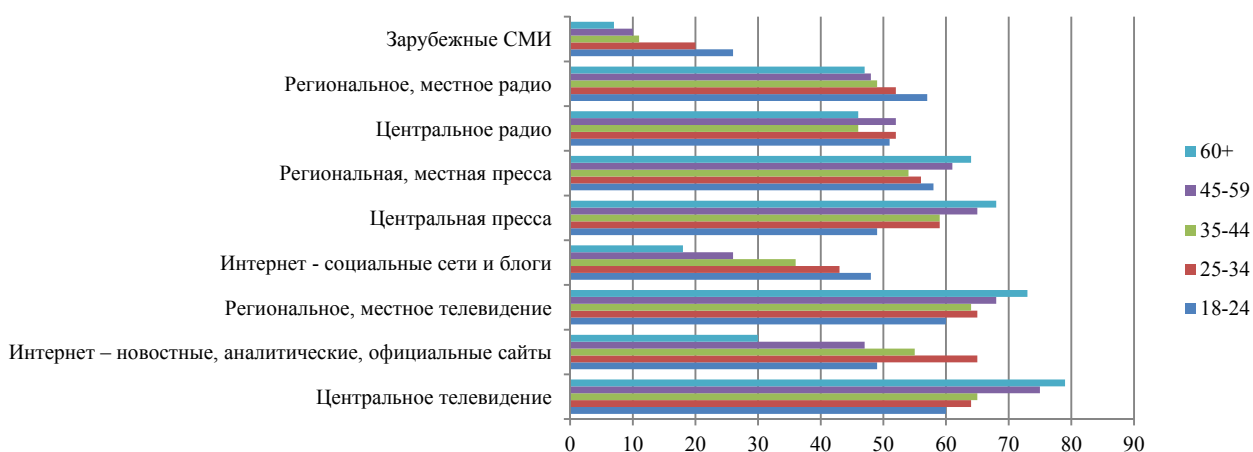


Рис. 2. Доверие к СМИ в разрезе возраста, %

Доверие источникам

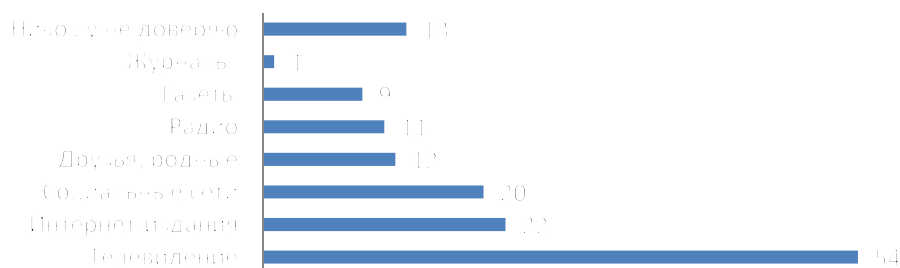


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Каким источником вы более всего доверяете при освещении событий в стране и мире?», %

Доверие СМИ в зависимости от возраста

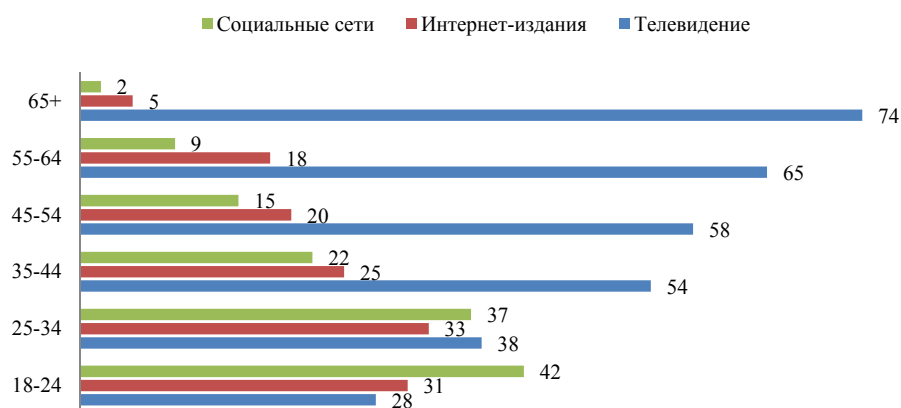


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Каким источникам вы более всего доверяете при освещении событий в стране и мире?» в разрезе возраста, %

В 2020 г. для проверки идеи о том, насколько респонденты доверяют информации СМИ, в том числе и в интернете, под руководством автора статьи было проведено исследование респондентов города Новосибирска. Выборка стратифицированная, двухступенчатая. На первой ступени была отобрана страта – район города, на второй ступени каждая страта подразделялась на кварталы. С помощью таблицы случайных чисел произведен отбор необходимых кварталов. В кварталах с помощью того же метода отобраны единицы – отдельные жилые единицы (дома). Укажем, что в качестве метода был использован анкетный опрос. Использование анкетирования, а не интернет-опрос было выбрано с целью получения достоверных результатов от реальных респондентов (имеется в виду соблюдение репрезентативности по полу и особенно возрасту). В опросе приняли участие

150 респондентов. На прямой вопрос «Доверяете ли вы СМИ?» лишь 23% опрошенных ответили утвердительно. 44,7% не доверяют информации.

Рейтинг доверия к конкретным СМИ представлен в табл. 4.

По данным табл. 4 видим, что доверие к информации в социальных сетях и радиопередачах (по 38,7% в каждом случае) выше, чем доверие к информации по телевидению и новостным интернет-сайтам (по 29%). Показательно, что возросло доверие к зарубежным СМИ (41,9%).

Изучая вопрос о доверии к информации в СМИ, в том числе в интернете, мы указывали, что есть три составляющих доверия – к каналу, источнику и содержанию информации. Учитывая это, мы задали вопрос о том, что влияет на формирование доверия у респондентов (рис. 5).

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «Доверяете ли вы следующим СМИ?» (множественные ответы, %)

Наименование СМИ	% опрошенных	Наименование СМИ	% опрошенных
Телевидение (центральное)	29,0	Пресса (центральная)	9,7
Телевидение (региональное, местное)	29,0	Пресса (региональная, местная)	9,7
Новостные сайты (интернет)	29,0	Зарубежные СМИ	41,9
Социальные сети (интернет)	38,7	Государственные СМИ	19,4
Радиопередачи	38,7	Негосударственные СМИ	19,4



Рис. 5. Распределение ответов на вопрос: «Что оказывает влияние на формирование вашего доверия к определенным СМИ?» (множественные ответы, %)

Оказалось, самую значительную роль играет в этом процессе содержание информации. 82% выбрали ответ «возможность удостовериться в правдивости новостей», 36% – «доступное изложение материалов».

Показательно, что 70% опрошенных проверяют полученную информацию, отыскивая источник в интернете. Это означает, что при получении любой информации респондент стремится удостовериться в ее правдивости, непротиворечивости, согласованности, обращаясь к проверенному интернет-источнику. О возрастающей роли интернета как источника информации свидетельствуют также результаты ответа на косвенный вопрос о том, какому источнику информации респондент скорее поверит в случае противоречивых сведений об одном событии в разных средствах массовой информации. 75,4% опрошенных выбирают новостные сайты, 44,8% – социальные сети и блоги, 23,9% – телевидение, 4,5% – радиозферы и 2,2% – печатную прессу. В данном случае мы можем видеть, что интернет-источники – новостные и социальные сети, образно говоря, поменялись местами, если сравнивать с предыдущим вопросом. Эти результаты можно объяснить следующим образом. В предыдущем вопросе исследовалось доверие к СМИ в целом. В этом вопросе мы изучили мнение в более узком контексте – только при наличии противоречивых сведений об одном событии в разных средствах массовой информации. Как видим, все же новостные сайты оказались более востребованными, вероятно, и более привычными для респондентов при обращении к информации.

Итак, полученные результаты позволяют нам сделать предположение о том, что в 2020 г. наблюдается некоторый рост доверия к интернет-ресурсам. Вероятно, отчасти на это повлияли серьезные изменения в социально-экономической, социально-политической, социокультурной обстановках, необходимость оперативного получения новостей в связи с эпидемиологической угрозой в глобальном масштабе, необходимость «перезагрузки» всего сложившегося уклада жизни в короткие сроки в связи с обеспечением личной и коллективной безопасности и исключением существенных рисков. Все это позволяет говорить о том, что интернет как коммуникативная площадка в сложных условиях существования социума в глобальном масштабе создал новые ориентиры доверия к информации на своих «просторах».

Заключение

В статье показана динамика неуклонного роста доверия к интернет-ресурсам, особенно к социальным

сетям. С одной стороны, это обусловлено современными трендами – изменением социально-экономической, социально-политической, социокультурной сфер, с другой – формированием новых ориентиров доверия к информации. В частности, в эмпирическом исследовании было выявлено, что респонденты обращаются к интернет-источнику для проверки информации, имеющей различные трактовки в других средствах массовой информации. Кроме того, особые условия жизнедеятельности не только российского, но и мирового сообщества, связанные с серьезной угрозой безопасности и необходимостью изоляции от живого общения, повлияли на выбор интернет-пространства для целесообразной коммуникации. Даже те, кто игнорировал в прошлом интернет как пространство коммуникации, получения новостей, образования и т.д., в вынужденных условиях обратился к этому средству массовой информации. Это означает, что аудитория интернета пополнилась вполне реальными и релевантными пользователями, что в значительной степени обеспечило достоверность предлагаемому контенту и, как следствие, доверие к интернету как источнику информации.

Безусловно, на доверие к интернету как источнику информации оказывает влияние возраст аудитории. Но если в 2001 г. число пользователей интернета составляло 2–3%, то в настоящее время число пользователей увеличилось в десятки раз, вовлекая все активнее пользователей разных возрастных групп. Конечно, говоря об интернете, мы имели в виду не весь широкий спектр услуг – образование, онлайн-услуги, электронная торговля, развлечения и т.д., а лишь один аспект – обмен новостной информацией.

Популярность новостных сайтов и социальных сетей, вероятно, связана также с тем, что начинают все больше развиваться конвенциональные интернет-коммуникации (аффилиативные диалоги, диалоги-интервью, интерпретационные диалоги), что и формирует доверие к интернету. Стоит отметить также, что рост доверия к интернету как источнику информации произошел в 2020 г. в связи со сложившейся глобальной пандемической ситуацией и с необходимостью эффективной работы в ситуации риска и неопределенности. Конечно, нельзя не отметить и того, что по-прежнему актуальным остается вопрос личного доверия/недоверия к информации на просторах интернета. Проблема неадекватной, небезопасной, разрушительной информации в интернет-источниках сохраняется.

ЛИТЕРАТУРА

1. Еляков А.Д. Благо и зло: жгучий парадокс Интернета // *Философия и общество*. 2011. № 2. С. 58–76.
2. Arens W.F. Contemporary advertising. Boston : McGraw Hill Irwin, 2006.
3. Hanson R.E. Mass communication: living in a media world. Boston : McGraw Hill Irwin, 2005.
4. Durant A., Shepherd I. «Culture» and «Communication» in Intercultural Communication // *European Journal of English Studies*. 2009. Vol. 13, Is. 2. P. 147–162.
5. Marcoccia M. The internet, intercultural communication and cultural variation // *Language & Intercultural Communication*. 2012. Vol. 12, Is. 4. P. 353–368.
6. Ohiagu O.P. The Internet: The Medium of the Mass Media // *Kiabara Journal of Humanities*. 2011. № 16 (2). P. 225–232.
7. Гидденс Э. Последствия современности: пер. с англ. М. : Праксис, 2011. 352 с.
8. Дарендорф Р. Тропы из утопии. Работы по теории и истории социологии / пер. с нем. Б. Скуратова, В. Близнекова. М. : Праксис, 2002. 534 с.

9. Селигмен А. Проблема доверия: пер. с англ. М. : Идея-Пресс, 2002. 256 с.
10. Теннис Ф. Общность и общество: Основные понятия чистой социологии. СПб. : Вл. Даль, 2002. 452 с.
11. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М. : АСТ, 2004. 730 с.
12. Штомпка П. Доверие: социологическая теория // Социологическое обозрение. 2002. Т. 2, № 3. С. 30–41.
13. Карпова М.К., Балабанова У.Г. Проблема недоверия общества к средствам массовой информации // Наука. Общество. Государство. 2017. Т. 5, № 2. С. 142–146.
14. Luhmann N. Trust and Power. Chichester : John Wiley and Sons Inc., 1979. 208 p.
15. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества / пер. с польск. С.М. Червонной. М. : Логос, 2005. 664 с.
16. Дацюк С.А. Коммуникационные стратегии // Гуманитарный портал. 2006. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/2751> (дата обращения: 19.12.2020).
17. Fisher K. What Is Meant by «Trust» in News Media? – Trust in Media and Journalism. Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe / ed. by K. Otto, A. Kohler. Springer VS, 2018. P. 19–38.
18. Доверяй, но проверяй! Или об особенностях современного медиапотребления в России // ВЦИОМ. 2018. 25 с. URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2018/2018-10-24_Media.pdf
19. Волков Д., Гончаров С. Российский медиаландшафт 2019: телевидение, пресса, интернет и социальные сети // Левада-центр. 2019. URL: <https://www.levada.ru/2019/08/01/21088/> (дата обращения: 19.12.2020).

Статья представлена научной редакцией «Социология и политология» 25 января 2021 г.

The Internet as a Source of Information: A View Through the Prism of Trust

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2021, 467, 124–132.

DOI: 10.17223/15617793/467/16

Svetlana A. Ilyinykh, Novosibirsk State University of Economics and Management (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: ili.sa@mail.ru

Keywords: Internet; communication; trust; social networks; blogs; Internet sites

In the article, author discusses the idea of how trust in information in Internet sources changes. The research is based on the ideas of sociologists, comparative analysis, and an interdisciplinary approach. The theoretical research is based on Russian and foreign authors' conceptual works and research that analyze Internet communication and trust in the Internet. People always have a balance of trust in the information space of the Internet. Trust/distrust in the Internet by wider groups is not an individual choice, it reflects the results of collective experience, which can be essential for the safe existence of society. The author presents the results of an empirical study of trust in information in the mass media, including the Internet, for the period from 2012 till 2020. These 8 years show a change in trust in Internet information posted on news and analytical sites, and on social networks. Internet news sites and online social networks have a fairly high rating of requests for information among other media. In 2018, Internet sources of information had less credibility than central television. This was particularly true for respondents aged 45 and over. This reflects a downward trend in the balance of trust in these age groups. In 2019, there was a decrease in the consumption of TV news by Russians, while the importance of the Internet and social networks as a source of news increased. The growth of the influence of Internet resources is due to an increase in the number of Internet users. Approximately 62% of Russians use the Internet “daily, almost daily”, while in 2001 the number of Internet users was only 2 to 3% of the population. The growth of trust in social networks is observed in 2020. People under 35 show the most trust in online social networks. When there is conflicting information in the media, respondents trust the Internet source. In 2020, trust in Internet resources increased significantly, which is partly due to serious changes in the socio-economic, socio-political, and socio-cultural situation, the need to quickly receive news in connection with the epidemiological threat on a global scale. The popularity of Internet news sites and Internet social networks is also associated with the fact that conventional Internet communications are beginning to develop more and more, which forms trust in the Internet.

REFERENCES

1. Elyakov, A.D. (2011) Blago i zlo: zhguchiy paradoks Interneta [Good and evil: the burning paradox of the Internet]. *Filosofiya i obshchestvo – Philosophy and Society*. 2. pp. 58–76.
2. Arens, W.F. (2006) *Contemporary advertising*. Boston: McGraw Hill Irwin.
3. Hanson, R.E. (2005) *Mass communication: living in a media world*. Boston: McGraw Hill Irwin.
4. Durant, A. & Shepherd, I. (2009) “Culture” and “Communication” in Intercultural Communication. *European Journal of English Studies*. 13 (2). pp. 147–162.
5. Marcoccia, M. (2012) The internet, intercultural communication and cultural variation. *Language & Intercultural Communication*. 12 (4). pp. 353–368.
6. Ohiagu, O.P. (2011) The Internet: The Medium of the Mass Media. *Kiabara Journal of Humanities*. 16 (2). pp. 225–232.
7. Giddens, A. (2011) *Posledstviya sovremennosti* [The consequences of modernity]. Translated from English. Moscow: Praxis.
8. Darendorf, R. (2002) *Tropy iz utopii. Raboty po teorii i istorii sotsiologii* [Out of utopia. Works on the theory and history of sociology]. Translated from German by B. Skuratov & V. Bliznekov. Moscow: Praxis.
9. Seligman, A. (2002) *Problema doveriya* [The problem of trust]. Translated from English. Moscow: Ideya-Press.
10. Tönnies, F. (2002) *Obshchnost' i obshchestvo: Osnovnye ponyatiya chistoy sotsiologii* [Community and society: Basic concepts of pure sociology]. Saint Petersburg: Vl. Dal'.
11. Fukuyama, F. (2004) *Doverie: sotsial'nye dobrodeteli i put' k protsvetaniyu* [Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity]. Translated from English. Moscow: AST.
12. Sztompka, P. (2002) *Doverie: sotsiologicheskaya teoriya* [Trust: A Sociological Theory]. Translated from Polish. *Sotsiologicheskoe obozrenie*. 2 (3). pp. 30–41.
13. Karpova, M.K. & Balabanova, U.G. (2017) Problema nedoveriya obshchestva k sredstvam massovoy informatsii [The problem of public distrust in the media]. *Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo*. 5 (2). pp. 142–146.
14. Luhmann, N. (1979) *Trust and Power*. Chichester: John Wiley and Sons Inc.
15. Sztompka, P. (2005) *Sotsiologiya. Analiz sovremennogo obshchestva* [Sociology. An analysis of modern society]. Translated from Polish by S.M. Chervonnaya. Moscow: Logos.
16. Datsyuk, S.A. (2006) *Kommunikatsionnye strategii* [Communication strategies]. [Online] Available from: <https://gtmarket.ru/library/articles/2751> (Accessed: 19.12.2020).

17. Fisher, K. (2018) What Is Meant by “Trust” in News Media? In: Otto, K. & Kohler, A. (eds) *Trust in Media and Journalism. Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe*. Springer VS. pp. 19–38.
18. VTsIOM. (2018) *Doveray, no proveryay! Ili ob osobennostyakh sovremennogo mediapotrebleniya v Rossii* [Trust, but verify! Or on the peculiarities of modern media consumption in Russia]. [Online] Available from: https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2018/2018-10-24_Media.pdf
19. Volkov, D. & Goncharov, S. (2019) *Rossiyskiy medialandshaft 2019: televidenie, pressa, internet i sotsial'nye seti* [Russian media landscape 2019: television, press, Internet and social networks]. [Online] Available from: <https://www.levada.ru/2019/08/01/21088/> (Accessed: 19.12.2020).

Received: 25 January 2021