



НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ  
БИБЛИОТЕКА  
**eLIBRARY.RU**

КОРЗИНА

ПОИСК

НАВИГАТОР



## ИНФОРМАЦИЯ О ПУБЛИКАЦИИ

eLIBRARY ID: 50466837 EDN: PXBRAO 

### ДОВЕРИЕ МОЛОДЕЖИ К ИНФОРМАЦИИ РОССИЙСКИХ СМИ

**ЛАПШИНОВА КИРА ВИКТОРОВНА** <sup>1</sup>, **ПОДОЛЬСКАЯ АННА АЛЕКСАНДРОВНА** <sup>2</sup>

<sup>1</sup> ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия  
<sup>2</sup> НИУ ВШЭ, Москва, Россия

Тип: статья в сборнике трудов конференции Язык: русский Год издания: 2023

Страницы: 137-145

#### ИСТОЧНИК:

РУССКИЙ КОСМИЗМ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ. МЕСТО И РОЛЬ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ В РЕШЕНИИ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОСТИ  
Сборник трудов по материалам VII Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией Т.Ю. Кирилиной. Москва, 2023  
Издательство: Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс" (Москва)

#### КОНФЕРЕНЦИЯ:

РУССКИЙ КОСМИЗМ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ. МЕСТО И РОЛЬ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ В РЕШЕНИИ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОСТИ  
Королев, 22 декабря 2022 года

#### КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИНФОРМАЦИЯ, МОЛОДЕЖЬ, ДОВЕРИЕ ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ, ДОСТОВЕРНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ

#### АННОТАЦИЯ:

РОССИЙСКИЙ ИНДЕКС  
НАУЧНОГО ЦИТИРОВАНИЯ

**Science Index** 

#### ИНСТРУМЕНТЫ

-  Вернуться в список публикаций автора
-  Следующая публикация

-  Список статей в Google Академия, цитирующих данную

-  Ссылка для цитирования

-  Добавить публикацию в подборку

Новая подборка 

-  Данная публикация входит в список моих работ

-  Редактировать Вашу заметку к публикации

-  Обсудить эту публикацию с другими читателями

-  Показать все публикации этих авторов

-  Найти близкие по тематике

## ДОВЕРИЕ МОЛОДЕЖИ К ИНФОРМАЦИИ РОССИЙСКИХ СМИ

*Лапшинова К.В.,*

кандидат социологических наук,  
доцент, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин  
ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя  
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова», Королев, Россия

*Подольская А.А.,*

приглашенный преподаватель кафедры общей социологии,  
факультета социальных наук  
НИУ ВШЭ, Москва, Россия

*В фокусе данной статьи проблема восприятия информации российских молодежью и доверия ей. Результаты исследования базируются на данных опроса, который был проведен в форме анкетирования в октябре 2022 года. Выборка составила 198 информантов в возрасте от 18 до 30 лет, проживающих в Московском регионе. Гендерный состав: 52,5% женщин и 47,5% мужчин.*

*Проблема доверия молодежи к информации СМИ стоит достаточно остро. Почти одинаковое количество респондентов доверяют официальным российским СМИ (46,1%) и не доверяют им (42%).*

*Результаты исследования показали, что участники опроса стараются воспринимать информацию СМИ критически. У них существуют критерии, по которым они пытаются оценить достоверность информации. В частности, респонденты обращают внимание на уровень профессионализма эксперта, от которого исходит информация; на наличие/отсутствие ссылок на официальный источник, из которого взята информация; на авторитетность СМИ.*

**Ключевые слова:** *средства массовой информации, информация, молодежь, доверие источникам информации, достоверность информации.*

## YOUTH TRUST IN RUSSIAN MEDIA INFORMATION

*Lapshinova K. V.,*

PhD {Sociology}, associate professor of the  
Department of Humanitarian and Social Disciplines  
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «Leonov  
Moscow Region University of Technology», Korolev, Russia

*Podolskaya A. A.,*

Visiting Lecturer of the Department of General Sociology  
of the Faculty of Social Sciences  
Higher School of Economics, Moscow, Russia

*The focus of this article is the problem of perception of Russian media information by young people and trust in it. The results of the study are based on data from a survey that was conducted in the form of a questionnaire in October 2022. The sample consisted of 198 informants aged 18 to 30 living in the Moscow region. Gender composition: 52.5% women and 47.5% men.*

*The problem of young people's trust in media information is quite acute. Almost the same number of respondents trust the official Russian media (46.1%) and do not trust them (42%).*

*The results of the study showed that survey participants try to perceive media information critically. They have criteria by which they try to evaluate the reliability of information. In particular, respondents pay attention to the level of professionalism of the expert from whom the information comes; the presence / absence of references to the official source from which the information is taken; on the credibility of the media.*

**Key words:** mass media, information, youth, trust in information sources, reliability of information.

В современном мире информация играет первостепенную роль. За последние годы, с развитием и все более широким использованием сети Интернет в обществе, проблема доступности проверенной информации становится все более актуальной.

По данным ВЦИОМ, чаще всего россияне узнают новости экономики и общественно-политической жизни страны и своего региона из каналов центрального телевидения (47%), социальных сетей и блогов в интернете (42%). При этом главными источниками новостей о событиях в нашей стране служат телевидение (42%, 11-19% среди молодежи), социальные сети и блоги в интернете (21%, 35-45% среди молодежи). [4].

Интернет-пространство становится средой социализации представителей поколения «digital native», с раннего возраста погруженных в виртуальное взаимодействие [1, С. 452].

Одним из аспектов проблемы, является то, что СМИ обладают не только информационно-просветительской функцией, позволяя пользователям добывать любую информацию, но очень часто информационные источники несут деструктивную функцию, деформируя ценностные ориентиры [5, С. 70].

В этих условиях особое место занимает уровень доверия молодежи к имеющейся информации на тех или иных информационных ресурсах.

С целью изучения восприятия информации российских СМИ молодежью и доверия ей, авторами был проведен опрос в форме анкетирования в октябре 2022 года. Выборка составила 198 информантов в возрасте от 18 до 30 лет, проживающих в Московском регионе. Гендерный состав: 52,5% женщин и 47,5% мужчин.

Наиболее популярными СМИ, из которых респонденты чаще всего узнают информацию о событиях в России и за ее пределами, согласно результатам анкетирования являются РИА Новости (58,7%), Вести.ru (31,8%) и РБК (31,3%).

Что касается социальных сетей, из которых участники опроса получают информацию, то здесь традиционно лидирует сеть ВКонтакте (69,7%). С большим отрывом идут такие площадки как Instagram\* (30,3%) и Telegram (28,2%).

*\*Принадлежит организации Meta, которая признана экстремистской и запрещена в РФ.*

Одной из задач исследования было понять, с какими способами подачи информации на телевидении и в интернете чаще всего сталкиваются информанты. Результаты опроса показали, что самым распространенным способом, по мнению опрошенных, является повторение одного и того же материала. Характерно, что этот вариант ответа был выбран как самый популярный и в отношении интернет-пространства (46,4%), и в отношении телевидения (49,2%). Также респондентами было отмечено, что в интернет-среде информация часто подается без контекста (45,4%) и при подаче информации упор делается на то, чтобы вызвать сильные эмоции (45,4%). Что касается телевидения, то здесь упор при подаче информации делается на сенсационность и срочность (44,1%). Информация также как в интернете часто направлена на то, чтобы вызвать сильные эмоции (43,6%). Интересно отметить, что откровенная дезинформация, по мнению респондентов, чаще встречается в интернете (32,7%), а не на телевидении (17,3%). Более подробная информация представлена на рис. 1.



Рисунок 1. Ответы респондентов на вопрос: «С какими способами подачи информации Вы наиболее часто встречаетесь в интернет-пространстве и на телевидении?» (%)

Результаты опроса показали, что почти половина опрошенных доверяет российским официальным СМИ (46,1%). Только 15% респондентов доверяют российским оппозиционным СМИ и 6,7% – зарубежным средствам массовой информации. Стоит отметить, что 42% участников опроса никаким СМИ не доверяют (см. рис. 2).

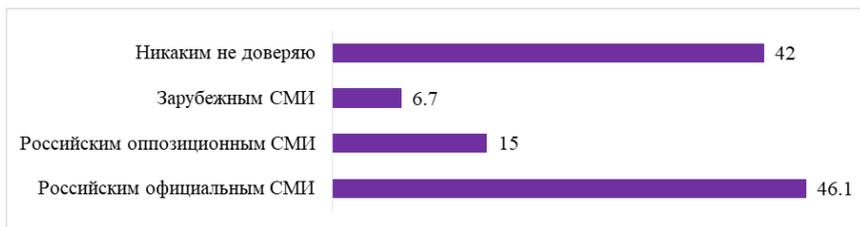


Рисунок 2. Ответы респондентов на вопрос: «Каким новостным источникам Вы больше доверяете?» (%)

Также некоторые молодые люди демонстрировали ясный критический подход к восприятию информации. Это наглядно демонстрируют их суждения: «...любую информацию надо проверять, чем я и занимаюсь», «Везде стараюсь фильтровать информацию, правда есть везде, но лишь часть. Нужно искать истину», «Нельзя доверять одному источнику, нужно рассматривать несколько и искать истину где-то между», «Скептически отношусь ко всем источникам информации, пытаюсь собрать более целостную картину».

Современное информационное поле невозможно представить без блогеров. Так, политологи, высказывают мнение, что сегодня они играют роль лидеров общественного мнения, формирующих отношение молодёжи к политическим событиям, конструирующих гражданскую повестку дня, которая, как правило, отличается от официальной, создаваемой государственными каналами и СМИ. Вместе с тем, каналы, представляющие официальную точку зрения действующей власти, значительно уступают оппозиционным каналам в плане репрезентации материала [2, С. 54].

Согласно исследованию политолога В. А. Касамары и ее коллег ролики современных YouTube-блогеров находят сильный эмоциональный отклик у молодежи по нескольким причинам: они затрагивают волнующие подростков темы, апеллируют к ценностям, разделяемым молодыми людьми, – доступное образование, борьба с коррупцией, экология, пацифизм. Одним из аспектов доверия к блогерам у подростков является то, что они, «в отличие от традиционных СМИ, показывают жизнь правдиво, без прикрас» [3 С. 14, 19].

В нашем исследовании был сделан акцент на то, как респонденты оценивают уровень компетентности интернет-блогеров, рассказывающих о политической и социально-экономической ситуации в России. Почти половина информантов (46,7%) сходится во мнении, что интернет-блогеры в основном не особо компетентны, они просто высказывают свою личную субъективную оценку событий. Около трети 27,9% опрошенных напротив полагают, что они в основном образованные и критически мыслящие люди (27,9%), а 20,8% участников опроса уверены, что блогеры не компетентны, а просто зарабатывают деньги на злободневных темах (см. рис. 3). Также респонденты отмечали, что блогеры в свой контент «добавляют реальные факты, которые не желательны для показа на официальных каналах».

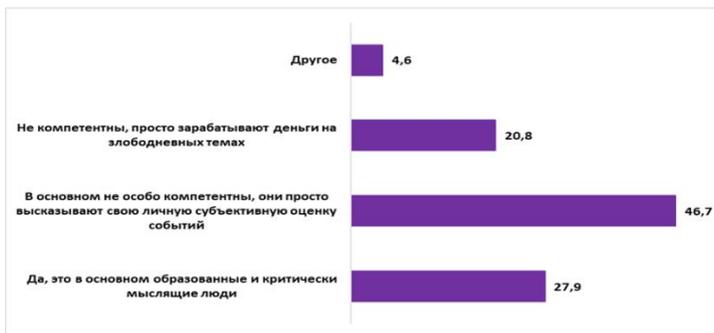


Рисунок 3. Ответы респондентов на вопрос: «Как Вы думаете, в своем большинстве, интернет-блогеры, рассказывающие о политической и социально-экономической ситуации в России компетентны в той области, о которой рассказывают?» (%)

Было важно понять, что обычно заставляет респондентов усомниться в достоверности информации, которую они получают из СМИ. Результаты исследования показали, что такими факторами являются ситуации, когда информация исходит от человека, который не является профессионалом в этой области (61,4%); отсутствуют ссылки на официальный источник, из которого взята информация (56,3%); информация опубликована в «желтой прессе» (47,7%). Каждый третий участник опроса (35,5%) отметил роль интуиции в отсеивании недостоверной информации. Более подробная информация представлена на рис. 4.



Рисунок 4. Ответы респондентов на вопрос: «Что Вас обычно заставляет усомниться в достоверности информации?» (%)

Интересно было узнать, по каким критериям молодые люди обычно определяют, что информации можно доверять. Данные, полученные в ходе анкетного опроса, позволяют выделить следующие критерии: присутствие ссылок на официальный источник (60,9%), авторитетность СМИ (58,9%), информация поступает от профессионала в своей области (56,3%). Каждый пятый участник опроса (20,3%) доверяет своей интуиции в этом вопросе. Для 19,3% респондентов важно, чтобы информация исходила от человека, которому они доверяют, а 15,2% опрошенных ценят те мнения, которые совпадают с их собственными (см. рис. 5).



Рисунок 5. Ответы респондентов на вопрос: «По каким критериям Вы обычно определяете, что данной информации можно доверять?» (%)

При изучении восприятия информации российских СМИ молодежью и доверия ей, важно было рассмотреть информацию какой направленности о ситуации в стране чаще получают респонденты из сети Интернет. Показательно, что около трети опрошенных (31,8%) почти каждый день встречаются с критикой российской действительности в интернет-пространстве, 27,3% – несколько раз в неделю, а 16,7% несколько раз в месяц, 3,5% несколько раз в год. Только 5,1% молодых людей не встречали подобной информации. В тоже время, информацию о достижениях в стране респонденты видят в сети реже. Так, 26,3% участников опроса встречают такой контент несколько раз в неделю. Еще 25,8% – несколько раз в месяц. Только каждый пятый опрошиваемый (22,7%) – каждый день. В целом, можно сказать, что чаще молодежь в большей степени сталкивается с негативной информацией о России, чем с позитивной (см. рис. 6).

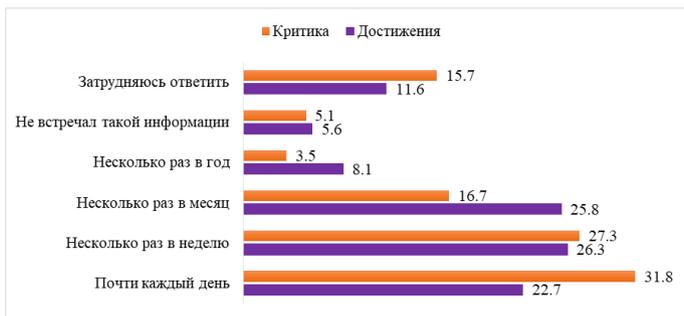


Рисунок 6. Ответы респондентов на вопрос: «Как часто в Интернет-пространстве встречается информация о российских достижениях или наоборот критика российской реальности?» (%)

В заключение можно сказать, что проблема доверия молодежи к информации СМИ стоит достаточно остро. Почти одинаковое количество респондентов доверяют официальным российским СМИ (46,1%) и не доверяют им (42%).

Также в СМИ часто применяются манипулятивные способы подачи информации. Самым распространенным способом, по мнению опрошенных, является повторение одного и того же материала. Это характерно и для телевидения, и для интернет-пространства. Помимо этого, информация часто подается без контекста. При подаче информации упор делается на то, чтобы вызвать сильные эмоции и на сенсационность. Откровенная дезинформация, по мнению респондентов, чаще встречается в интернете, чем на телевидении.

Молодежь в СМИ чаще сталкивается с негативной информацией о РФ, чем с позитивной.

Результаты исследования показали, что участники опроса стараются воспринимать информацию СМИ критически. У них существуют критерии, по которым они пытаются оценить достоверность информации. В частности, респонденты обращают внимание на уровень профессионализма эксперта, от которого исходит информация; на наличие/отсутствие ссылок на официальный источник, из которого взята информация; на авторитетность СМИ. Несмотря на то, что молодые люди пытаются проверять и логически анализировать поступающую из СМИ информацию, тем не менее не всем удастся избежать субъективизма в этом вопросе. Многие доверяют своей интуиции. Для каждого пятого (19,3%) важно, чтобы информация исходила от человека, которому они доверяют. А 15,2% опрошенных ценят те мнения, которые совпадают с их собственными.

Информацию, поступающую от интернет-блогеров, участники опроса тоже пытаются критически анализировать. Почти половина информантов (46,7%) сходится во мнении, что интернет-блогеры в основном не особо компетентны, они просто высказывают свою личную субъективную оценку событий. А 20,8% участников опроса уверены, что блогеры не компетентны, а просто зарабатывают деньги на злободневных темах. Соответственно уровень доверия респондентов к контенту интернет-блогеров может сильно различаться.

### **Литература:**

1. Богдановская И.М., Углова А.Б., Королева Н.Н. Психологические факторы доверия к популярным видеоблогерам у современной молодежи // Психология. Журнал Высшей школы экономики, 2021 Т. 18 № 3 С. 451–467. С. 452.
2. Гигаури Д.И., Гуторов В.А., Ширинянц А.А. Youtube-блогеры как лидеры общественного мнения молодежи: новые технологии формирования идентичности в виртуальном пространстве // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2019. №3 (60). С.51-58. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/youtube-blogery-kak-lidery-obschestvennogo-mneniya-molodyozhi-novye-tehnologii-formirovaniya-identichnosti-v-virtualnom> (дата обращения: 26.11.2022).
3. Касамара В.А., Сорокина А.А., Шилина А.Н. YouTube-блогеры как агенты политической социализации российских школьников // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2021. № 3. С. 7-21.
4. Медиапотребление и активность в интернете. Аналитический обзор. // ВЦИОМ. 23 сентября 2021 г. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotreblenie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 21.11.2022).
5. Мирзаханова З.А., Мирзаханов Д.Г. Роль СМИ в формировании ценностных ориентаций у современной российской молодежи. // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. №5. С.68-72. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-smi-v-formirovanii-tsennostnyh-orientatsiy-u-sovremennoy-rossiyskoj-molodezhi> (дата обращения: 20.10.2022).