



**КАЧКАЕВА
АННА ГРИГОРЬЕВНА**

кандидат филологических наук, директор Центра цифровых культур и медиаграмотности, профессор Департамента медиа факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ (Москва)

МЕДИА «НЕДОВЕРИТЕЛЬНЫХ» ВРЕМЕН

Феномен доверия — один из наиболее спорных и сложных феноменов в изучении общественных отношений, а в случае со стремительно меняющейся медиасферой — особенно. Это связано:

- ⇒ с усложнившимися — а часто и искаженными (медиакратия) — схемами медиаполитического взаимодействия, медиатизацией всех сфер жизни;
- ⇒ с трансформацией понимания — кто такой лояльный или, напротив, недоверчивый (критически настроенный) потребитель информации;
- ⇒ с трактовкой того, как скепсис, например к государственным/федеральным медиа, и доверие к негосударственным связаны с принятием важных решений (от голосования за поправки к Конституции до вакцинации от коронавируса);
- ⇒ с вопросами «веры»/рационального доверия медиапотребителей разного возраста и социального статуса, удовлетворенных или неудовлетворенных актуальной медийной повесткой.

На фоне неуклонно снижающегося доверия к телевидению в целом¹ большинство публики, и прежде всего старшее поколение (55+), по-прежнему доверяет федеральным телеканалам, тогда как «молодые взрослые» менее зависимы от телевидения, толерантнее к чужим точкам зрения, активнее в социальных сетях².

Доверие как стратегия сокращения сложности, инструмент решения проблем³, рациональный выбор в условиях радикальных социальных изменений, смягчающий ощущение непредсказуемости⁴, «защитный кокон» в коммуникациях с окружающим миром, механизм стабилизации в обществе возрастающей неопределенно-

¹ Уровень доверия россиян к телевидению как к источнику информации в 2020 году снизился на 5 п. п. и достиг 23 %, что является самым низким показателем с 2016 года. См.: Медиапотребление в России — 2020 // Deloitte. Октябрь 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html>.

² См., например: Радаев В. В. Миллениалы: как меняется российское общество. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2019.

³ Luhmann N. (1979) Trust and Power. N.Y.: J. Wiley.

⁴ Sztompka P. (1999) Trust: a Sociological Theory. Cambridge.

сти⁵, должно — в идеале — помогать взаимодействию и стабилизации социальных коммуникаций. Еще на предыдущем, «аналоговом» этапе развития медиасистем уровень доверия к СМИ как социальному институту и к журналистике как сфере деятельности был важным индикатором благополучия в обществе. И умение сомневаться в информации медиа, готовность критически отнестись к любому медиасообщению свидетельствовали об определенной зрелости социума, развитии критического мышления граждан. То есть парадокс заключается в том, что рациональное доверие предполагает скепсис по отношению к медиаконтенту и выработку «критической автономии». Так, пролонгированное, охватывающее несколько лет исследование уровня медиаграмотности российских студентов, в котором медийные компетенции оценивались до и после прохождения курса по медиаграмотности у бакалавров НИУ ВШЭ, показало, что доверие к новостям сильно зависит от степени осведомленности человека о механизмах конструирования новостного контента в современных медиа, представлений о функционировании медиасистем и от уровня медиаграмотности личности в целом. Также была выявлена статистически значимая связь в распределении студентов до и после курса по степени критической оценки информации из разных источников; после изучения курса новостной грамотности почти не осталось студентов, доверяющих новостям безоговорочно (такой показатель снизился с 20 % до 2%)⁶⁷.



Из открытых источников

Принципиально важным в этой связи становится и постоянно меняющееся соотношение доверия и недоверия к институционализированным и деинституционализированным (как правило, персональные медиа вне классических институтов и профессиональных учреждений) медиа, которое, в свою очередь, связано с глобальным переходом мира физического в мир цифровых сетевых коммуникаций. Деинституционализированные медиа (гражданские, пользовательские, персональные «я-медиа»), возникнув в открытой цифровой среде интернета, в силу своей природы обладали большей степенью свободы, чем институционализированные. Сегодня и их свобода достаточно условна. Деинституционализированные медиа начинают формализоваться, институционализироваться, становясь привлекательным инстру-

⁵ Гидденс Э. Последствия современности. М.: Праксис, 2011; Селигмен А. Проблема доверия. М.: Идея-Пресс, 2002.

⁶ Kachkaeva A., Kolchina A., Shomova S., Yarovaya E. (2020) "Trust, but Verify": Problems of Formation of Media Literacy and Critical Thinking of Russian Students. *Media Practice and Education*. Vol. 3. No. 21. P. 200–211.

⁷ Основным методом исследования стало анкетирование 166 студентов как профильных (медиа), так и непрофильных специальностей, включающее вопросы и открытого, и закрытого типа, а также практические задания. Сравнительный анализ данных, полученных до и после изучения курса, и обработка анкет потребовали математических методов работы; на основе полученных данных была проведена оценка статистически значимых изменений в ходе прочитанного курса. Основным статистическим подходом стал анализ таблиц сопряженности с использованием критерия χ^2 Пирсона или точного двустороннего критерия Фишера для таблиц сопряженности 2×2 . Уровень значимости для проверяемых статистических гипотез принимался равным 0,05.

ментом влияния и контроля для доминирующих институций. Причем таковыми они становятся как для государственных и корпоративных (возможность мгновенного распространения и оперативных реакций; анонимное воздействие, например в Telegram; возможность выявления «несогласных»; «разжигание» сетевых дискуссий с помощью интернет-троллей и др.), так и для множества других сетевых акторов, производящих и распространяющих, с умыслом или без, разнообразную информацию — достоверную, проверенную, и недостоверную, фейковую.

Цифровые платформы, которые поначалу мыслились альтернативой монопольному распространению информации через контролируемые государством или корпорациями каналы, перестали быть технологически нейтральными. При «надзорном капитализме» и «диктатуре алгоритмов» доверие скорее навязывается, чем остается рациональным выбором. Именно потому, что платформы социальных сетей неизбежно становятся для редакций важнейшим средством распространения контента среди своей аудитории, институциональные СМИ постепенно теряют контроль над распространением информации, уравниваясь в правах либо с тиктокером-миллионером, либо проигрывая особому, неформальному «я-медиа», репрезентирующему себя как журналистское («ВДудь», «Редакция» и другие). И у всего разнообразия этих медиа возникает экономическая необходимость оптимизировать свой контент в соответствии с логикой платформы. Однако непрозрачный и основанный не на журналистских стандартах работы с информацией (требующих качества источников, фактчекинга и пр.) характер алгоритмов платформы, помещающий профессиональный контент в информационный хаос творчества миллионов «освобожденных авторов», которые пытаются заработать, почти не позволяет редакциям и производителям новостей и документалистики быть уверенными в том, какой именно тип контента предпочтителен. Таким образом, можно сказать, что недоверие алгоритмам — очередной этап установления «критической автономии» по отношению к медиа.

И, наконец, последнее. Недаром исследователи политических дискурсов⁸ высказывают идеи о том, что *само нынешнее общество, переселившись в сети и мессенджеры, не особенно располагает к свободе высказываний*: не случайно в нашей реальности появились такие феномены, как наказания за посты и репосты (государство), ограниченный доступ, блокировка, «цифровое забвение» (технокорпорации); травля, агрессия, троллинг (сообщества, группы, которые «не принято» критиковать). Можно констатировать, что в последнее десятилетие мы наблюдали, как зарождалась проблема недоверия, вылившаяся к 20-м годам XXI века в кризис доверия как к институциональным, так и к деинституциональным медиа.

⁸ См., например, Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке коммуникации. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013.