

# ДОВЕРИЕ. КАК ИЗМЕНЯЕТСЯ ОТНОШЕНИЕ К СМИ И НАУКЕ ПОД КАТКОМ «КОРОНЫ»

*Галина Софина, Филитт Гуров*

После того как в конце XIX века в своей «Веселой науке» Фридрих Ницше провозгласил смерть бога, стало модно объявлять о смерти каких-то других, более простых, по сравнению с идеей Ницше, устоявшихся социальных ориентиров в человеческой жизни. Утверждение о смерти классических СМИ – это только один из вариантов провозглашения смерти какой-либо из несущих, условно говоря, колонн социального мироустройства. Все-таки четвертая ветвь власти! Но так ли это? Действительно ли классические СМИ умирают? Прогноз о смерти классических СМИ и замене их самоорганизующимися новыми медиа опрокидывается современным кризисом.

Кризис – потеря устойчивости для системы. Поэтому, чтобы избежать коллапса, срабатывает защитный механизм – поиск устойчивых и привычных ориентиров в оценке происходящих событий и в выстраивании собственного безопасного поведения.

Мы наблюдаем не просто востребованность классических СМИ, но и их возрастающую роль в эпоху постправды. Оказалось, что людям нужна не любая «потсправдовская» информация, а именно профессиональная, выверенная, аналитически выстроенная информация, позволяющая

самостоятельно на базе критического мышления определиться с личностными перспективами на жизнь в условиях COVID-19. Такую аналитику невозможно получить от «случайных журналистов» из популярного блога в новых медиа. Ее можно получать только от профессионалов, в первую очередь от ученых, предоставляющих свою аналитику в СМИ, но не в новые, а в классические, старые, к которым они сохранили доверие.

Потребовалась не просто информация, а достоверное знание. Понадобились ученые, представляющие как прикладные исследования, так и фундаментальную науку. Идея «сам себе журналист» оказалось иллюзией для получения качественной аналитики и принятия решений по поводу личной безопасности. Настоящая журналистика продолжила ассоциироваться со «старыми СМИ» и профессиональным уровнем интервьюирования ученых и представителей властных структур. В условиях кризиса классические СМИ стали часто публиковать научную публицистику.

Как показали исследования Института Reuters за первые месяцы 2020 года, проведенные в шести странах (Англия, США, Германия, Испания, Южная Корея, Аргентина) уровень доверия гражд-

---

ЧТОБЫ ИЗБЕЖАТЬ КОЛЛАПСА, СРАБАТЫВАЕТ ЗАЩИТНЫЙ МЕХАНИЗМ – ПОИСК УСТОЙЧИВЫХ И ПРИВЫЧНЫХ ОРИЕНТИРОВ В ОЦЕНКЕ ПРОИСХОДЯЩИХ СОБЫТИЙ.

---



### ГАЛИНА СОРИНА

Доктор философских наук, профессор кафедры философии языка и коммуникации философского факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, научный руководитель Научно-образовательного центра (НОЦ) философского факультета «Философско-методологическое проектирование и принятие решений».

дан к ученым и врачам составил 83%, недоверия – 5%; национальным организациям здравоохранения доверие – 76%, недоверие – 9%; тогда как новым медиа доверяют 24%, не доверяют – 40%. В России подобные исследования в период пандемии не проводились, но можно предположить, что результаты были бы похожими.

В своих выводах к докладу в целом Reuters утверждает, что «доверие к новым медиа продолжает падать глобально». Конечно, никуда не исчезли блоги, но их востребованность в условиях пандемии стала ассоциироваться в первую очередь с источником перепостов из классических СМИ или конкретных советов по самоорганизации в условиях карантина. У классических же СМИ появилась какая-то, условно говоря, «неклассическая цена» интереса к ним. Это – цена жизни. Из полученной информации субъект, обратившийся к СМИ, стремится сделать прогноз о том, как можно выстроить свою жизнь, не попав под колеса катящейся по всему миру «короны».

Растерянность, вызванная неведомым вирусом, возродила доверие к старой экспертизе, подтвержденной признанием научного сообще-

ства или наделенной государственными регалиями. И если в вопросах политики мы все считаем себя «диванными экспертами» и знатокам, то в вопросах, касающихся жизни и смерти, в абсолютно новых для себя обстоятельствах, мы ищем более устойчивые ориентиры, чем собственное суждение. Люди надеются, что им помогут сориентироваться и принимать правильные решения в ответ на внешние вызовы новой реальности.

Возможно, психологические корни этого можно усмотреть в том, что общество во время кризиса ведет себя как болеющий ребенок. Не хочет проявлять активность и самостоятельность, а хочет отдать себя в заботливые руки значимого взрослого, обладающего непререкаемым авторитетом. В роли такого «взрослого» выступают и ученые, и другие люди, обладающие властной атрибуцией. Поэтому они и вызывают большее доверие, чем противоречивые новые медиа.

Как бы то ни было, данные подтверждает и другое глобальное исследование: Edelman Trust Barometer показывает, что доверие к новым медиа упало до самого низкого уровня за последние де-

В СВОИХ ВЫВОДАХ К ДОКЛАДУ В ЦЕЛОМ REUTERS УТВЕРЖДАЕТ, ЧТО «ДОВЕРИЕ К НОВЫМ МЕДИА ПРОДОЛЖАЕТ ПАДАТЬ ГЛОБАЛЬНО».



### ФИЛИПП ГУРОВ

Управляющий партнер, генеральный директор агентства «Гуров и партнеры». Преподаватель философского факультета МГУ, доцент РГСУ. Автор более 30 научных работ, а также бестселлеров «Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в Сети» и «PR IT-компаний: российская практика». Член Совета директоров Международной ассоциации бизнес-коммуникаторов (IABC Russia).

вять лет – 40% против 61% у традиционных СМИ. Наиболее заслуживающими доверия экспертами выступают технические специалисты компаний и академическое сообщество. Только по отношению к ним наблюдается серьезный прирост доверия по сравнению с прошлым годом.

Классическая экспертность, будь то подтвержденный научный статус или официальное СМИ – это источник образцов поведения. Оказалось, что классическая пресса «шагает в ногу» со временем, а достоверность видится ее атрибутивным свойством.

«Случайный журналист» из блога не вызывает уже такого, как раньше, доверия. «Не верю» – вот тезис, который появляется у современных потребителей информации. Необходима квалифицированная, профессиональная информация. Газета, включая ее бумажный вариант, связывается не только с тактильным восприятием, но именно с условиями получения достоверной информации, размещенной в доступной среде, доступном пространстве. Цифровое пространство – это просто одно из таких пространств. «Газетное поколение» сохраняется в цифровом пространстве, и сама газета никуда не уходит. Кризис возрождает интерес к классическим СМИ в разных формах их реализации: письменной (на бумажном и цифровом носителе) и устной (радио и ТВ). Новое очень часто в истории культуры оборачивается к нам как хорошо забытое старое.

Возрастает значение критической коммуникации с профессионалом как таковым даже

в условиях того, что профессионал находится по ту сторону экрана (по ту сторону screenline, например, в студии), а его собеседник – в каком-то другом пространстве. Однако критическое мышление, обсуждение проблем концептуализации, вопросно-ответные процедуры создают некоторые условия неявной критической коммуникации вне зависимости от расположения потребителя информации по отношению к screenline. Материал, представленный по ту сторону экрана, уже отчужден от их непосредственных носителей, что является обязательным условием его когнитивного присвоения. У читателя, слушателя, зрителя через систему критического мышления возникает возможность такого присвоения полученной информации и т. д.

Не стоит, однако, полагать, что большинство людей хотят получить качественную аналитику, чтобы критически ее осмыслить. Люди хотят слышать аргументированные рассуждения экспертов с экранов телевизоров или со страниц знакомых СМИ. Это не требует от них дополнительных усилий в такой непростой период, когда общий тревожный фон и разногласия информационных сообщений вызывает лишь дополнительную фрустрацию.

Современный мировой кризис, вызванный пандемией, ставит другой диагноз по отношению к классическим СМИ: «Пациент скорее жив, чем мертв». И! Он активно развивается. И по мере того, как растет социальное напряжение от «ковидных» последствий, растет и доверие к старым СМИ.