

**Уровень доверия населения г.Твери к СМИ (опыт прикладного социологического исследования)**

**Научный руководитель – Верпатова Оксана Юрьевна**

***Степанова Софья Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Тверской государственный технический университет, Управления и социальной коммуникации, Социологии и социальных технологий, Тверь, Россия

*E-mail: pricolistka15@gmail.com*

Аннотация: В статье рассматриваются особенности отношения современных потребителей информации к различным видам СМИ, в первую очередь, анализируется уровень доверия к тем или иным источникам и заинтересованность в них. Результаты исследования показали, как сместился градус доверия различным видам СМИ.

Ключевые слова: СМИ, массовые коммуникации, телевидение, интернет, информационное общество.

Воздействие информационных процессов на социальный прогресс все больше ставит проблему научного исследования и изучения такого сложного феномена, как средства массовой информации (СМИ). За последнее десятилетие, в эпоху цифровой культуры, влияние СМИ на общество значительно возросло. Нужда в информации стала нормой для всего общества, а не только для его меньшинства, как было раньше. Это объясняется появлением интернета, телевидения и т.д., то есть появлением того, что стало более - менее доступным для большинства людей. СМИ транслируют обществу всю важную информацию, являются важнейшим политическим инструментом государства.

На сегодняшний день стоит отметить, что произошло сильное изменение в распределении использования и обращения к тем или иным источникам СМИ, да и сами СМИ стали все чаще подстраиваться под требования современного общества - печатные издания имеют электронные версии и новостные порталы, телевидение можно смотреть через интернет, каждый канал имеет свою площадку в интернете, где реализует свой контент помимо непосредственной трансляции. Однако спроса на СМИ не будет, если граждане не будут воспринимать всерьез то, что говорится со страниц или экранов.

Зимой 2020 года было проведено разовое пилотажное исследование на тему: «Уровень доверия населения г.Твери к СМИ». Методом анкетирования было опрошено население Твери в количестве 102 человек. В опросе участвовало 74% женщин и 24% мужчин - жителей города Твери. В исследовании принимали участие люди в возрасте 15-67 лет.

Респондентам был предложен вопрос: «Как Вы относитесь к российским СМИ?», на который около половины ответили, что нейтрально и практически никогда не следят за ними целенаправленно (53%). Остальные опрошенные указали «хорошо, слежу за ними по мере возможности» (29%) и небольшая доля тех, что относится отрицательно и старается их избегать (13%).

Было предложено высказаться о доверии к различного рода СМИ. Так новостным программам на телевидении большинство респондентов предпочли скорее не доверять, чем доверять (43%). Практически одинаково соотношение ответов тех, кто скорее доверяет, чем не доверяет (23%) и тех, кто полностью не доверяет. (22%). Иначе обстоит дело с новостями в интернете. Большая часть респондентов (75%) скорее доверяет, чем не доверяет новостям из интернета. Хотя 81% респондентов считает, что достоверность интернет-ресурсов зависит от того, на каком сайте (и т.д.) просматривается информация.

Не высокий уровень доверия и к печатным изданиям. На вопрос: «Насколько Вы доверяете новостям из печати?» 31% респондентов отметили, что скорее не доверяю, чем доверяю. Скорее доверяю, чем не доверяю 29% опрошенных и еще 28 % затруднились с ответом (возможно потому, что печатные СМИ оказались самым не популярным видом).

На вопрос о доверии к новостям из радио, результаты распределились практически равномерно по трем вариантам: скорее доверяю, чем не доверяю (31%), скорее не доверяю, чем доверяю (31%) и затрудняюсь ответить (30%).

В анкете было предложено высказать свое доверие не только к новостным программам, но и к различным ток-шоу на телевидении. Большая часть опрошенных считают, что на данных шоу нет ничего правдивого и все происходит подтасовано (46%) и чуть меньше (42 %) все таки пришли к мнению, что раз на раз не приходится и все зависит от самого формата шоу.

Таким образом, можно сделать вывод, что доверие к старым СМИ все чаще снижается, в то время, как интернет начинает рассматриваться как вид СМИ, заслуживающий большее доверие. При этом, зрители не склонны доверять не только новостям в тв-формате, но и телевидению как таковому, включая развлекательный контент.

### Источники и литература

- 1) Анхимова, Р.В. Средства массовой информации как часть коммуникативной системы: понятие, функции и роль в обществе // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 3 (часть 3) – С. 464-468.
- 2) Гуржий, Д.А. Влияние СМИ на формирование общественного мнения // Молодой ученый. – 2015. – № 12 – С. 991-993.