Солдатова Г.У.^{1,2}, Чигарькова С.В.^{1,2}, Илюхина С.Н.³ Медиапотребление подростков и родителей: источники информации и доверие к ним

Soldatova G.U.,^{1,2}, Chigarkova S.V.^{1,2}, Ilyukhina S.N.³ Media consumption of adolescents and parents: sources of information and trust in them

Проведен анализ предпочитаемых источников информации у подростков и родителей, а также доверия к данным источникам ($N=637\,$ чел.). По полученным данным, трансформация медиапотребления происходит за счет расширения информационного поля, в первую очередь, у подростков, активно использующих новые медиа. По сравнению с родителями, уровень доверия к различным источникам информации выше у подростков, при этом для них онлайн-медиа не вытесняют значимость традиционных источников информации, а дополняют их.

Ключевые слова: медиапотребление, источники информации, доверие, подростки, родители

¹ Московский Государственный Университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

² Московский институт психоанализа, Москва, Россия

³ Фонд Развития Интернет, Москва, Россия

Введение

Специфика потребления информации — одна из ключевых характеристик для понимания устройства общества, его социально-экономических детерминант, способов выстраивания взаимодействий и траекторий дальнейшего развития на том или ином историческом этапе [Маклюэн, 2005]. На смену «аналоговому» поколению приходит цифровое поколение [Солдатова и др., 2017], приобретающее все больший демографический вес (свыше 40% населения в России, по данным Росстата, на 2019 г.) и активно включающееся в новые социальные практики потребления информации. Анализ особенностей предпочтений, с точки зрения сочетания традиционного и нового в медиапотреблении подрастающего поколения, в первую очередь наиболее активных пользователей — подростков, представляется важной задачей, решение которой позволит выдвинуть обоснованные предположения о некоторых векторах трансформации информационного общества в условиях смешанной онлайн-офлайн реальности [Солдатова, Рассказова, 2020].

Каналы средств массовой информации в целом принято делить на две группы: печатные СМИ (газеты, журналы, книги и другие задокументированные формы) и электронные, которые, в свою очередь, включают как «традиционные» вещательные (радио и телевидение), так и «новые» медиа (социальные сети). Сложность определения новых медиа заключается в непрерывной трансформации этого источника информации вслед за продолжающейся революцией информационных технологий [Auwal, 2016]. Исследователи отмечают, что новые медиа – это прежде всего продукт глобализации и широкого распространения инноваций в области информационных технологий, тем самым те источники, что существовали до появления персональных компьютеров, относят к разряду «традиционных» [Nwabueze, 2011]. Выгодное отличие новых медиа от предшественников, заключающееся в интерактивности и возможности напрямую взаимодействовать с информацией и другими пользователями, гипертекстуальности и многофункциональности каналов, предоставляемой возможности выбора и, как следствие, прямого доступа к информации, минуя структуру «сверху вниз», делает всё острее вопрос о том, насколько «старые медиа» жизнеспособны [Auwal, 2016; Idiong, 2012]. Исследование привычек медиапотребления сосредоточено на выяснении количества времени, затраченного на различные источники информации, а также степени воспринимаемой полезности и удовлетворения от их использования [Nazarov, 2016; Schrøder, 2015]. Известно, что люди ограничены в финансовых и временных возможностях, поэтому предполагается, что они должны выбирать из различных платформ именно ту, что будет удовлетворять их конкретные потребности [Van Cauwenberge et al., 2010].

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... Согласно зарубежным исследованиям, использование цифровых медиа как источников информации неуклонно растёт: в 2019 году от всего потребления медиа примерно две трети составляли онлайн-источники, в то время как традиционные только одну треть [Shearer, 2018; Global web index, 2019; Kabir, 2019]. Российские данные соответствуют международным тенденциям: в структуре медиапотребления отмечается преобладание интернета над телевизором как источником получения новостной информации [Медиапотребление в России, 2020]. Растет роль социальных сетей: в американском исследовании уже каждый второй взрослый называл их для себя постоянным источником новостной информации [Shearer, Mitchell, 2021], а в российском исследовании такой же ответ дали две трети подростков и молодых людей (14-24 лет) и половина молодежи в возрасте 25-34 лет [Медиапотребление в России, 2020]. Изменение характера медиапотребления вынуждает многие традиционные СМИ переходить в цифровой формат, размывая границы между новыми и старыми медиа [Uddin, 2019]. Социальные сети при этом нередко являются лишь способом добраться до конечного «потребителя информации» через перепосты и пересылки материала с основного ресурса [Barthel et al., 2020]. Однако существенным остаётся вопрос доступности цифровых технологий: основными потребителями новых медиа оказываются представители молодого поколения с относительно высоким социальноэкономическим статусом. Согласно исследованиям, это характерно и для благополучной Европы, и для менее благополучной Африки [Nhedzi, 2018; Miller et al., 2016]. В соответствии с данными по России (весна 2021 года), подавляющее число пользователей интернета – это также пользователи со средним (44%) и выше среднего (40%) уровнем дохода [Mediascope, 2021]

Разнообразие и многомерность медиапространства оказывают влияние на социальные практики, связанные с использованием информационных потоков. Такие практики характеризуются динамичностью, избирательностью, интерактивностью, высоким уровнем горизонтальностью взаимодействий [Алексеева, 2006; вовлеченности, Рогалева, Шкайдерова, 2015; Mirra et al., 2017; Picone, 2017]. С приходом новых медиа, в первую очередь, социальных сетей, меняется структура медиапотребления и более выпуклыми становятся возрастные различия при выборе источников и стратегий медиапотребления [Медиапотребление «цифровой молодежи» в России, 2021]. В таком контексте медиапотребление становится не пассивным потреблением информации, а активной социальной практикой [Коломиец, 2010]. Обобщая приведенные выше суждения, можно также выделить ряд важных параметров, характеризующих социальные практики медиапотребления: рутинность, проявляющаяся в обыденности использования тех или иных Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... средств медиапотребления (например, мобильных цифровых устройств); активность, подразумевающая необходимость совершения определенных действий (поиск новостей, просмотр ленты в социальной сети, репост и т.д.); ситуативность, предполагающая использование различных информационных носителей в зависимости от контекста (ноутбук, смартфон, видео или аудио-подкаст); компетентность, требующая определенных навыков для использования того или иного медиа-средства.

Потребность в информации – широко используемый концепт, связанный с различными мотивами поиска информации [Huurne, Gutteling, 2008; Savolainen, 2012]. Когнитивным психологом Дж. Миллером была предложена метафора, сравнивающая потребность разума в поглощении информации с тем, как тело выживает за счет поглощения отрицательной энтропии [Miller, 1983]. Такой взгляд лежит в основе различных мотивационных концепций, включая неприятие двусмысленности в психологии принятия решений [Hogarth, 1987] и когнитивной закрытости в социальной психологии [Kruglanski, Webster, 1996]. При анализе мотивации потребления информации выделяют мотивы инструментальной, гедонистической и когнитивной полезности [Sharot, Sunstein, 2020]. Также выделяют предиктивную (антиципаторную) полезность, связанную со значимостью и ценностью информации для принятия решения в будущем [Falk, Zimmermann, 2016; Kobayashi, Hsu, 2016]. В исследованиях в области медиапотребления также опираются на теорию использования медиа и удовлетворения потребностей, позволяющую изучить сложную систему мотивов пользователей [Медиапотребление «цифровой молодежи» в России, 2021].

Важной составляющей социальных практик медиапотребления становится феномен доверия, определяющий обращение к тем или иным источникам информации. Доверие и недоверие — фундаментальные установки, которые определяют дальнейшее развитие всех других видов отношения личности к себе, другим или миру в целом (В.П. Зинченко, А.Б. Купрейченко, Р. Левицки, Д. Мак-Алистер и Р. Бис, Т.П. Скрипкина и др.). Позитивные ожидания, например, результатов взаимодействия, являются основными элементами многих подходов к пониманию сущности доверия (Р. Левицки, Д. Мак-Алистер и Р. Бис, Д. Руссо и С. Ситкин, Г. Хоманс, Л. Хосмер и др.). Т.П. Скрипкина отмечает, что доверие осуществляет функцию связи человека с миром в единую систему, способствует слиянию прошлого, настоящего и будущего в целостный акт жизнедеятельности; создает эффекты целостности бытия человека, личности, взаимодействия человека с миром; устанавливает меру соответствия поведения человека, принятого решения, целей, поставленных задач как миру, так и самому себе [Скрипкина, 2006]. Анализ работ Ф. Фукуямы позволяет выделить одну из

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... основополагающих социально-психологических функций доверия: доверие как основа социального выполняет функцию воспроизводства социальной структуры и тем самым поддерживает стабильность в обществе [Фукуяма, 2004]. В условиях цифровизации общества важной переменной в анализе культуры доверия в обществе становятся не только установки по отношению к другим людям или социальным институтам, но и отношение к различным источникам информации, опосредованным технологиями как своеобразными агентами доверия.

Данные исследовательского проекта Edelman Trust Barometer, более 20 лет занимающегося оценкой доверия, свидетельствуют о том, что для взрослых характерен более высокий уровень доверия к традиционным медиа (66%), чем к новым социальным медиа (34%) [Edelman Trust Barometer, 2019]. В исследовании медиапотребления в России в 2020 г. при необходимости выбора между источниками информации для проверки противоречивых сведений как наиболее доверительные оцениваются новостные, аналитические, официальные сайты в Интернете (39%), на втором месте — телевидение (23%) [Медиапотребление в России, 2020]. Важно отметить, что получение информации непосредственно из общения от людей не пользуется высоким уровнем доверия (8%). Несмотря на внимание к данному вопросу, оценка доверия к различным источникам информации у представителей подрастающего поколения редко оказывается в фокусе интересов исследователей [Медиапотребление «цифровой молодежи» в России, 2021].

В данной работе предполагается проанализировать не рассматриваемые в предыдущих исследованиях межпоколенческие различия при выборе источников информации и уровня доверия к ним, а также изучить связь данных параметров с пользовательской активностью как важным фактором цифровой социализации и жизнедеятельности в смешанной онлайнофлайн реальности. Еще один важный контекст, который зачастую не учитывается в исследованиях медиапотребления, а нам представляется достаточно значимым — это изучение ближайшего человеческого окружения как источника информации наряду с традиционными (телевидение, радио и печатные СМИ) и «новыми» медиа.

Цель исследования — изучение предпочитаемых источников информации у родителей и подростков, а также степень доверия к данным источникам. Мы предполагаем, что:

1. Для подростков, по сравнению с родителями, характерно более интенсивное использование новых медиа как источников информации, в то время как в структуре

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... медиапотребления у родителей доминируют традиционные медиа.

- 2. Онлайн-источники пользуются более высоким уровнем доверия у подростков, по сравнению с родителями.
- 3. Подростки и родители, предпочитающие получать информацию через онлайн-источники и относящиеся к ним с высоким доверием, отличаются высокой пользовательской активностью.

Процедура и методика исследования

Выборку исследования составили 637 человек: 300 подростков 14-17 лет (средний возраст 15,40±1,04 лет), среди которых 123 мальчика (41%) и 165 девочек (55%) (2 человека не указали пол); 337 родителей подростков 14-17 лет, среди которых 51 мужского пола (15,1%) и 258 женского пола (76,6%) (28 респондентов не указали пол). Возраст родителей составлял от 29 до 65 лет (41,99±5,78 лет). Среди родителей 127 человека (37,5%) – родители мальчиков, 183 (54%) – родители девочек и 27 человек (8,5%) не указали пол ребенка. Выборку составили респонденты из Северо-Западного, Приволжского, Центрального, Южного, Дальневосточного федеральных округов из следующих городов: Вологды (15,2%), Кирова (20,2%), Москвы (21,9%), Подмосковья (7%), Ростова-на-Дону (15,5%), Хабаровска (19,2%). Выборка подростков и родителей была сбалансирована в соответствии с местом их проживания и социально-экономическим статусом семей.

Для исследования были использованы следующие шкалы и вопросы:

- 1. Для оценки источников информации детям и родителям предлагалось оценить частоту обращения к 12 источникам: «родители», «дети» (только для родителей), «друзья», «учителя» (для подростков) или «коллеги» (для родителей), «телевидение и радио», «книги», «печатные СМИ», «блогеры», «новостные сайты», «тематические сайты», «Википедия», «лента в социальной сети». Каждый пункт предлагалось оценить по 4-балльной шкале: «часто», «иногда», «редко», «никогда» (альфа Кронбаха 0,77 у подростков и 0,76 у родителей по выборке).
- 2. Шкала доверия к источникам информации у детей и родителей включала 12 вариантов источников информации, приведенных выше. Каждый пункт предлагалось оценить по 4-балльной шкале: «полностью доверяю», «скорее доверяю», «скорее не доверяю», «никогда не доверяю» (альфа Кронбаха 0,82 у подростков и 0,83 у родителей).

3. Оценка пользовательской активности проводилась в соответствии с методологией EU Kids Online (Livingstone, Haddon, 2014) и Дети России Онлайн (Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017) и включала два вопроса для детей и родителей: «Сколько времени Вы проводите в интернете?» (отдельно оценивалось время в будние и выходные). Для ответа применялась шкала в 12 пунктов от «Мало или практически не провожу», «Около получаса» до «Около 12 часов или больше» с шагом в 1 час (альфа Кронбаха 0,82 у подростков и 0,70 у родителей).

Данные обрабатывались в программе SPSS Statistics 20.0 с использованием критериев χ^2 Пирсона, дисперсионного анализа и факторного анализа.

Результаты

Источники информации

В большинстве случаев подростки и родители получают информацию из разных источников ($\chi 2 = 9,14$ –78,55, V Крамера = 0,12–0,35, р < 0,05–0,01) (рис. 1). Подростки по-прежнему часто обращаются к значимым взрослым – родителям (66%) и учителям (57%). Друзья как для подростков (64%), так и для родителей (56%), являются важным источником информации. Родители обращаются к своим детям за необходимой информацией так же часто, как и к своим коллегам (53,5%). К своим родителям (34%) взрослые обращаются в два раза реже, чем их дети к ним (66%).

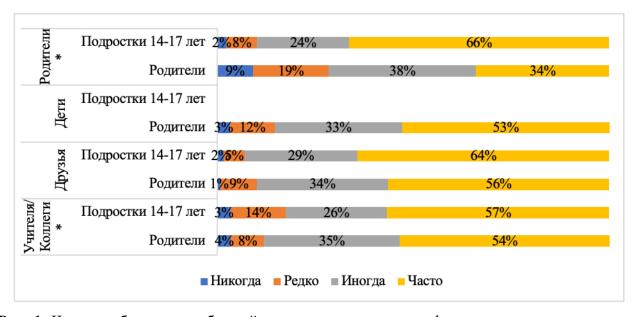


Рис. 1. Частота обращения к ближайшему окружению как информационным источникам у подростков и родителей, % (значимые различия помечены *).

Для родителей характерно потребление информации с помощью старых медиа: телевидение, радио (47%) и печатные СМИ (26%), в то время как у подростков эти источники уже не столь популярны (21% и 16%, соответственно). Несмотря на то, что книги как традиционный источник информации достаточно часто используются и родителями, и детьми (40-41% сообщили об этом), тем не менее родители уделяют книгам больше внимания (рис. 2).

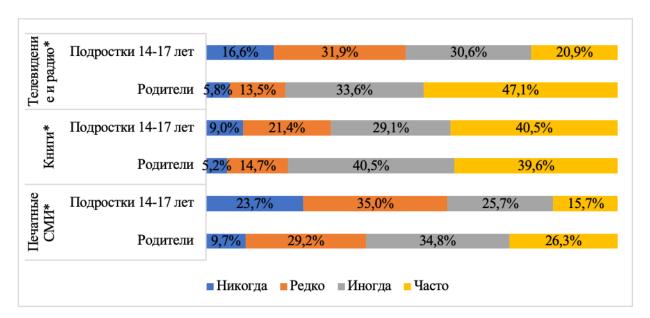


Рис. 2. Частота обращения к традиционным информационным источникам подростков 14–17 лет и родителей, % (значимые различия помечены *).

Подростки предпочитают онлайн-медиа традиционным медиа (рис. 3). Все онлайн-источники, за исключением новостных сайтов (27–28%) чаще используют подростки, чем их родители. Если половина подростков часто используют ленту в социальной сети (46%) и Википедию (48%) как источник информации, то среди родителей таких примерно треть (29% и 34%, соответственно). Почти каждый третий подросток в качестве источника информации выбирает новые медиа — блогеров (28%), при этом в совокупности (ответы «часто» и «иногда») такой выбор делает уже две трети (60%). Практически треть подростков (29%) также часто использует тематические сайты, среди родителей такой выбор делает только каждый четвертый (23%).



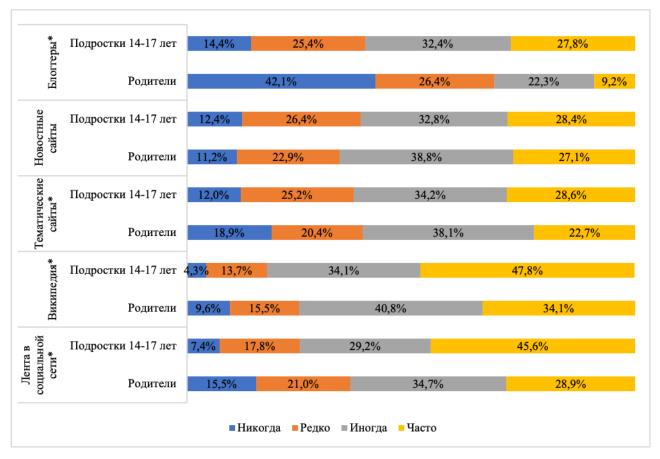


Рис. 3. Частота обращения к информационным онлайн-источникам подростков 14–17 лет и родителей, % (значимые различия помечены *).

Девушки-подростки (94,7% — здесь и далее приведены проценты, ответивших «часто» и «иногда») чаще юношей (89,9%) обращаются к друзьям за информацией (χ 2 = 10,02, V Крамера = 0,19, р < 0,05). Блогеры пользуются большей популярностью среди девушек (69,2%), чем среди юношей (48,7%) (χ 2 = 13,35, V Крамера = 0,22, р < 0,01). Это же относится и к ленте в социальной сети (80,1% и 65,6%, соответственно) (χ 2 = 11,41, V Крамера = 0,20, р < 0,05).

Среди родителей мужчины (48%) чаще женщин (29,4%) используют блогеров в качестве источника информации ($\chi 2 = 9,37$, V Крамера = 0,17, p < 0,05). Тематические сайты так же используются чаще мужчинами (83,7%), чем женщинами (62,9%) ($\chi 2 = 9,45$, V Крамера = 0,17, p < 0,05).

Факторный анализ методом главных компонент с использованием Варимакс-вращения на основе средних значений частоты обращения к различным источникам информации по всей выборке подростков и родителей позволил выделить факторы, которые в совокупности объясняют 54,2% дисперсии (Мера адекватности Кайзера-Майера-Олкина = 0,75; Критерий

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... сферичности Бартлетта (66) = 881,77, р < 0,01). На основе факторного анализа при использовании разных типов вращения было выделено не более трёх факторов, и в последующем анализе использовался результат, охватывающий наибольший процент дисперсии. На основе значений факторных нагрузок первый фактор (20,5% дисперсии, собственное значение = 3,39, факторные нагрузки варьировались от 0,63 до 0,75) составили источники информации, относящиеся к онлайн-пространству: лента в социальной сети, блогеры, тематические и новостные сайты, Википедия. Второй фактор (19,05% дисперсии, собственное значение = 1,87, факторные нагрузки варьировались от 0,57 до 0,80) включает ближайшее окружение – родители, друзья, дети (для родителей), учителя или коллеги. В третий фактор (14,6% дисперсии, собственное значение = 1,23, факторные нагрузки варьировались от 0,50 до 0,79) вошли традиционные медиа источники – печатные СМИ, телевидение и радио, книги. Выделенные в ходе статистического анализа факторы в целом оказались соответствующими нашей предварительной гипотезе о разделении источников на традиционные, новые онлайн-медиа и близкое окружение. В соответствии с результатами факторного анализа источники информации были разделены на субшкалы для дальнейшего сравнения: онлайн-источники информации (альфа Кронбаха 0,74), близкое окружение (альфа Кронбаха 0,69), традиционные источники информации (альфа Кронбаха 0,64).

Таблица 1

Частота обращения родителей и подростков к источникам информации по субшкалам и входящим в них источникам (4-балльная шкала)

	Родители	[Подростки 14-17 лет	
Источники информации	Среднее	Стд.	Среднее	Стд.
	Среднее	отклонение	Среднее	отклонение
Субшкала «Онлайн-источники»	2,66	0,70	2,94	0,66
Блогеры	1,99	1,01	2,74	1,02
Новостные сайты (Интернет-СМИ)	2,82	0,96	2,77	1,00
Тематические сайты	2,65	1,03	2,79	0,99
Википедия	2,99	0,94	3,25	0,85
Лента в социальной сети	2,77	1,03	3,13	0,96
Субшкала «Близкое окружение»	3,27	0,60	3,49	0,57
Родители	2,97	0,95	3,54	0,74
Дети	3,35	0,81	_	_
Друзья	3,45	0,70	3,56	0,67

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

Учителя/Коллеги	3,38	0,78	3,36	0,85
Субшкала «Традиционные источники»	3,05	0,68	2,64	0,75
Телевидение и радио	3,22	0,89	2,56	1,00
Книги	3,15	0,86	3,01	0,99
Печатные СМИ	2,78	0,95	2,33	1,01

По результатам однофакторного дисперсионного анализа, подростки и родители с разной частотой обращаются к источникам информации по всем трем субшкалам (F(1,646) = 27,39, p < 0,01; F(1,650) = 21,70, p < 0,01 и F(1,648) = 54,11, p < 0,01 соответственно). Если по первой и второй субшкале скорее лидируют дети, то третья — характерна для родителей (табл. 1). Среди родителей разного возраста также обнаружены различия: на основе результатов однофакторного дисперсионного анализа, родители старшего возраста (старше 40) чаще обращаются к традиционным медиа, чем более молодые родители (F(2,342) = 4,52, p < 0,05).

Предпочтение источников информации у подростков и родителей с разной пользовательской активностью

Анализ различий в частоте обращения к различным источникам информации у родителей и подростков с разной пользовательской активностью проводился по выделенным субшкалам, а также по отдельным пунктам источников для более детального описания различий.

При сравнении по отдельным пунктам, обнаруживается, что подростки обращаются к блогерам (F(12,249) = 1,85, p < 0,05 - в будни, F(12,249) = 1,79, p < 0,05 - в выходные) и к ленте в социальной сети (F(12,248) = 2,58, p < 0,01 - в будни) с разной частотой в зависимости от того, как много времени в интернете они проводят. Лента в социальной сети наиболее часто используется как источник информации подростками, которые проводят много времени онлайн в будни (5 часов и более). Блогеры чаще служат источником информации для подростков, которые являются «гиперподключёнными», проводя онлайн и в будни, и выходные по 9 и более часов (табл. 2 в приложении).

По показателям пользовательской активности родителей в будни обнаружены различия по субшкалам обращения к интернету (F(13,309) = 2,57, p < 0,01) и к людям (F(13,313) = 2,13, p < 0,01) как источникам информации, а в выходные — по субшкале обращения родителей только к интернету (F(13,305) = 2,18, p < 0,05).

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... Родители часто обращаются к друзьям как к источнику информации, но «гиперподключённые» по будням (11 часов и более) делают это реже, чем остальные (F(13,309) = 2,19, p < 0,01). К тематическим сайтам чаще обращаются родители (F(13,303) = 2,25, p < 0,01) с высокой пользовательской активностью в будни (7-10 часов).

Блогеры в целом не пользуются популярностью среди родителей, но те, кто проводит в сети в выходные по 5-10 часов обращаются к ним чаще (F(13,297) = 2,26, р < 0,01). Лента в социальной сети как источник информации используется в основном родителями, которые проводят в выходные более 4 часов онлайн (F(13,302) = 2,12, p < 0,05). Большее время в интернете в выходные характерно для родителей, чаще обращающихся к печатным СМИ как источнику информации (5 часов и более), что может указывать на то, что родители стремятся источников, получать информацию ИЗ разных не ограничиваясь интернетом (F(13,298) = 1,94, p < 0,01) (табл. 3 в приложении). К онлайн-источникам чаще обращаются родители с более высокой пользовательской активностью.

Доверие к источникам информации

Родители и их дети в целом доверяют информации из разных источников ($\chi 2 = 8,32$, V Крамера = 0,11, p = 0,05; $\chi 2 = 42,28$, V Крамера = 0,33, p = 0,001). Значимые взрослые в виде родителей и учителей, а также друзья остаются для подростков одними из источников информации с высоким уровнем доверия, хотя и активно дополняются онлайн-источниками (рис. 4). Две трети подростков (65%) полностью доверяют родителям, в то время как взрослых, доверяющих своим родителям, меньше половины (40,5%).

Доверие родителей к своим детям ниже, чем у детей к ним: только треть (31%) родителей полностью доверяет своим детям, а две трети (64%) скорее доверяют. Большинство доверяет друзьям (73% родителей и 64% подростков), при этом каждый третий подросток (30%) и каждый пятый родитель (20%) сообщают о высоком уровне доверия. Большинство подростков (87%) доверяют своим учителям, при этом каждый второй (43%) сообщает о своем полном доверии. Стоит отметить, что родители показывают более низкий уровень доверия к профессиональному окружению, чем у детей к учителям: большинство (72%) скорее доверяет коллегам, и только каждый седьмой (14%) – полностью.

Среди традиционных источников информации книги пользуются наиболее высоким уровнем доверия, при этом у подростков он даже выше, чем у родителей. Каждый третий подросток (35%) полностью доверяет книгам, а среди родителей такой уровень доверия

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... показывает только каждый пятый (19%). При этом каждый второй подросток (55%) и две трети родителей (65%) сообщают о среднем уровне доверия к книгам.

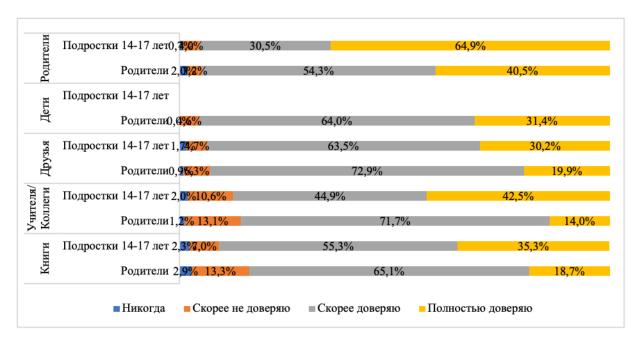


Рис. 4. Доверие к информации из разных источников (ближайшее окружение и книги) у подростков и родителей, %.

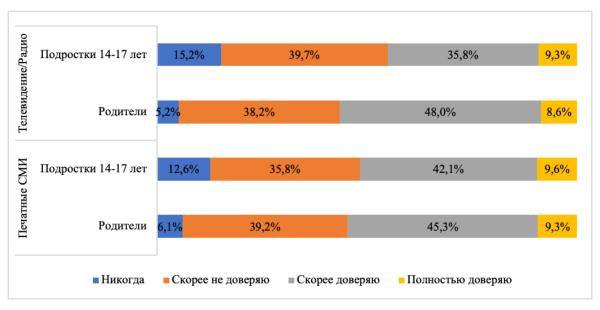


Рис. 5. Доверие к информации из традиционных медиаисточников у подростков и родителей, %.

Традиционные медиаисточники (печатные СМИ, телевидение, радио) в большей степени пользуются доверием у родителей, а не у подростков (рис. 5). При этом родители редко сообщают, что полностью доверяют им. Средний уровень доверия по отношению к телевидению и радио выказывает каждый второй родитель (48%), а среди подростков таких

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... только треть (36%). Такой же средний уровень доверия у половины родителей (45%) и детей (42%) к печатным СМИ.

Онлайн-источники пользуются большим доверием среди подростков, чем среди их родителей, хотя и не абсолютным (рис. 6). Наиболее высоким уровнем доверия среди онлайн-источников пользуется онлайн-энциклопедия Википедия: практически каждый третий подросток (29%) и каждый пятый родитель (19%) сообщает, что полностью ей доверяет, а половина подростков (55%) и две трети родителей (62%) — скорее доверяют. Второе место занимает лента социальной сети: каждый девятый подросток (11%) полностью ей доверяет, а каждый второй (49%) скорее доверяет. Среди родителей показатели ниже: 5% полностью доверяют, а 41% — скорее доверяют. Подростки также доверяют новостным и тематическим сайтам — каждый второй (53%) показывает средний уровень доверия, а, соответственно, 12% и 17% — высокий. Среди родителей половина показывает средний уровень доверия к ним (44% к новостным и 56% к тематическим).

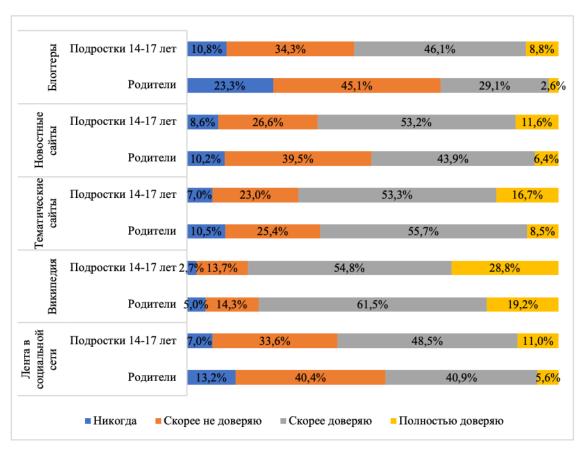


Рис. 6. Доверие к информации из онлайн-источников у подростков и родителей, %.

Несмотря на популярность блогеров среди подростков, только каждый второй подросток (46%) сообщает о среднем уровне доверия к ним (46,1%) и только 9% говорит о полном

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... доверии. Среди родителей картина еще более определенная: две трети (68%) сообщают о своем недоверии к блогерам, только меньше трети (29%) – о среднем уровне доверия.

Гендерные различия по уровню доверия к источникам информации обнаружены по отношению к ленте в социальных сетях: она пользуется большим доверием у мужчин (65,3%), чем у женщин (44,7%) (χ 2 = 9,27, V Крамера = 0,17, p < 0,05).

У подростков ситуация несколько иная ($\chi 2 = 9,38$, V Крамера = 0,18, р < 0,05). Несмотря на относительно высокий уровень доверия этому источнику информации, каждый восьмой юноша (12%) сообщает, что никогда не доверяет ленте в социальных сетях, а практически каждый третий (29%), что скорее не доверяет. Среди девушек только 3,5% сообщают об отсутствии доверия, а более трети отвечают, что «скорее не доверяют» (38%).

Также обнаружены различия в показателях доверия в возрастных группах родителей. Молодые родители (до 39 лет) показывают более высокий уровень доверия к своим собственным родителям ($\chi 2 = 10,96$, V Крамера = 0,18, р < 0,05): более половины старших родителей (59%) скорее доверяют своим родителям и только треть — полностью доверяет (35%), в то время как каждый второй молодой родитель (53%) полностью им доверяет (53%), а чуть меньше половины — скорее доверяет (43%).

Пункты для оценки доверия к различным источникам информации имеют высокую степень согласованности (альфа Кронбаха 0,786). Общий уровень доверия ко всем источникам различается у поколений (F(1,655) = 20,13, р < 0,01). Средний балл из максимально возможных 4 баллов у подростков составляет 2,9 балла, а у родителей — 2,75. Гендерных различий в уровне доверия ни у подростков, ни у родителей не обнаружено.

Для более детального анализа все пункты, оценивающие доверие к разным источникам информации, были разделены на три субшкалы в соответствии с показателями согласованности. В первую субшкалу вошли пункты, связанные с доверием к людям (родители, учителя/коллеги, дети, друзья) и книгам (альфа Кронбаха 0,69). Вторую субшкалу составили пункты, оценивающие доверие к традиционным медиа — печатные СМИ, телевидение и радио (альфа Кронбаха 0,71). Третья субшкала включала пункты, относящиеся к оценке доверия к онлайн-источникам — блогерам, тематическим и новостным сайтам, Википедии, ленте в социальной сети (альфа Кронбаха 0,76) (табл. 4).

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... Согласно данным однофакторного дисперсионного анализа, подростки и родители различаются по уровню доверия ко всем трём субшкалам источников информации $(F(1,654)=41,96,\ p<0,01;\ F(1,650)=7,64,\ p<0,01\ u\ F(1,649)=27,60,\ p<0,01,$ соответственно). По сравнению с родителями, подростки в большей степени доверяют людям, книгам и интернет-источникам (рис. 7). Показатели доверия к традиционным медиа выше у родителей, по сравнению с подростками. И подростки, и родители в большей степени доверяют значимым людям в своей жизни и книгам. При этом существует различие среди родителей разных возрастов: более молодые родители (до 39 лет) в большей степени доверяют людям и книгам как источникам информации, чем старшие родители $(F(1,347)=7,34,\ p<0,01)$.

Таблица 4 Уровень доверия к источникам информации у родителей и подростков по субшкалам и входящим в них источникам (4-балльная шкала)

Источники	Родители			Подростки 14-17 лет		
информации	Среднее	Стд.	Стд.	Среднее	Стд.	Стд.
информации	Среднее	ошибка	отклонение	Среднее	ошибка	отклонение
Субшкала «Доверие	3,11	0,02	0,42	3,33	0,03	0,46
к людям и книгам»	3,11	0,02	0,42	3,33	0,03	0,40
Родители	3,33	0,03	0,64	3,60	0,04	0,60
Дети	3,27	0,03	0,54	_	_	_
Друзья	3,12	0,03	0,53	3,22	0,04	0,61
Учителя/Коллеги	2,99	0,03	0,56	3,28	0,04	0,73
Книги	3,00	0,04	0,66	3,24	0,04	0,68
Субшкала «Доверие						
к традиционным	2,59	0,04	0,65	2,44	0,04	0,73
медиа»						
Телевидение и радио	2,60	0,04	0,72	2,39	0,05	0,86
Печатные СМИ	2,58	0,04	0,74	2,49	0,05	0,83
Субшкала «Доверие						
к онлайн-	2,52	0,03	0,57	2,75	0,03	0,54
источникам»						
Блогеры	2,11	0,04	0,79	2,53	0,05	0,80

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

Новостные сайты	2,47	0,04	0,76	2,68	0,05	0,79
(Интернет-СМИ)	2,47	0,04	0,70	2,00	0,03	0,79
Тематические сайты	2,62	0,04	0,79	2,80	0,05	0,80
Википедия	2,95	0,04	0,73	3,10	0,04	0,72
Лента в социальной	2,39	0,04	0,78	2,64	0,04	0,77
сети	_,=,=,=		,,,	_,= .	, ,,,,,,	

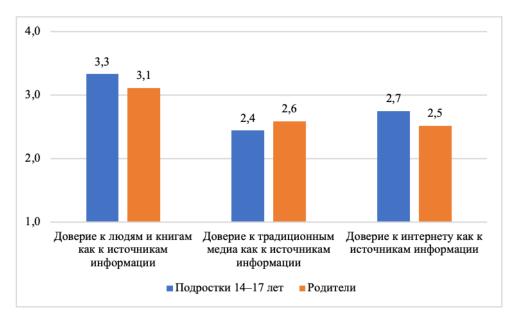


Рис. 7. Уровень доверия подростков и родителей к разным источникам информации.

Доверие к источникам информации у подростков и родителей с разной пользовательской активностью

Анализ различий в уровне доверия к разным источникам информации у родителей и подростков с разной пользовательской активностью проводился по выделенным субшкалам, а также по отдельным пунктам источников для более детального описания различий.

В показателях пользовательской активности подростков в будни обнаружены различия по субшкале доверия к ближайшему окружению и книгам (F(12,253) = 2,07, p < 0,05), а при сравнении по отдельным пунктам оказываются значимыми различия в доверии к ленте в социальной сети (F(12,251) = 2,44, p < 0,01) и к книгам (F(12,250) = 2,30, p < 0,01). Наиболее интересно, что более высокий уровень доверия к ленте в социальной сети характерен для тех, кто мало (до 2 часов), либо наоборот, много (10 и более) времени проводит в сети (табл. 5 в приложении).

Были обнаружены различия пользовательской активности родителей в будни по субшкале

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... доверия к людям и книгам ($F(13,316)=1,87,\ p<0,05$), а по пользовательской активности в выходные ($F(13,311)=1,88,\ p<0,05;\ F(13,307)=2,73,\ p<0,01$ и $F(13,307)=2,48,\ p<0,01$) по всем субшкалам доверия — к людям и книгам, к традиционным источникам информации и онлайн-источникам. Время родителей в сети в будни различается по пунктам доверия к коллегам ($F(13,306)=2,60,\ p<0,01$) и книгам ($F(13,310)=2,08,\ p<0,05$). Коллегам чаще доверяют те родители, которые меньше времени проводят в сети (до 6 часов) в будни. Книгам все родители скорее доверяют, но те, кто проводит в сети около 4—6 часов в будни делают это в меньшей степени.

Пользовательская активность в выходные различается по пунктам доверия родителей к коллегам (F(13,302) = 2,45, p < 0,01), печатным СМИ (F(13,303) = 3,04, p < 0,01), блогерам (F(13,304) = 1,88, p < 0,05) и новостным сайтам (F(13,302) = 2,01, p < 0,05). Коллеги как источник информации пользуются доверием у тех родителей, которые проводят в сети в выходные от 1 до 6 часов. Печатным СМИ в большей степени доверяют родители, которые по 5–8 часов в выходные проводят в сети. Блогеры не пользуются доверием у родителей, но, согласно анализу различий, более высокая пользовательская активность в выходные характерна для тех респондентов, кто относится к ним с большим доверием, что так же характерно и для новостных сайтов (табл. 6 в приложении).

Обсуждение результатов

На основе результатов факторного анализа было выделено три группы источников информации для подростков и родителей: онлайн-источники (лента в социальной сети, блогеры, тематические и новостные сайты, Википедия), традиционные медиа источники (печатные СМИ, телевидение и радио, книги) и «человеческий ресурс», представляющий ближайшее окружение (родители, дети, учителя, коллеги, друзья). Подрастающее поколение комбинирует онлайн-ресурсы со своей реальной сетью социальных контактов в виде значимых взрослых и сверстников в качестве основных источников информации.

При сравнении с данными 10-летней давности, по которым приоритеты в качестве источников информации отдавались в первую очередь родителям и во вторую – интернету, картина с этой точки зрения остается такой же и для современного подростка [Солдатова и др., 2011]. Девушки чаще предпочитают «живые» и интерактивные источники информации – блогеров и ленту социальной сети, что, возможно, определяется их большей нацеленностью на социальное взаимодействие в сети [Park et al., 2019; Yang et al., 2018].

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... По сравнению с детьми, родители скорее опираются на традиционные медиа и в несколько меньшей степени на ближайшее окружение. При этом мужчины по частоте обращения к таким онлайн-источникам, как блогеры и тематические сайты, опережают женщин.

Высокая пользовательская активность характерна как для подростков, так и для взрослых, которые выбирают онлайн-пространство как источник информации. Опираясь на идеи предиктивной полезности информации [Falk, Zimmermann, 2016; Kobayashi, Hsu, 2019], можно предположить, что гибкое сочетание источников информации у подрастающего поколения может быть основой для формирования более целостного представления об окружающей действительности, в которой размываются границы онлайн и офлайн миров и становится все более влиятельной смешанная/совмещенная реальность [Солдатова, Рассказова, 2020].

В исследовании источники информации были объединены в три группы по уровню доверия: к ближайшему окружению и книгам, к традиционным медиа и к онлайн-источникам. Наивысший уровень доверия и подростки, и родители демонстрируют к своему социальному окружению и книгам, причем у подростков, по сравнению со старшим поколением, доверие отличается более высокими показателями. Среди своего окружения высоким уровнем доверия у подростков пользуются родители и сверстники. Полученные данные несколько противоречат данным российского исследования, где доверие к информации, полученной в общении от людей, оказалось на нижних позициях рейтинга, по сравнению с другими источниками, что может быть связано с различиями в формулировках вопроса [Медиапотребление в России, 2020].

Для подростков с высокой пользовательской активностью такая погруженность в онлайн-пространство не нарушает связи с друзьями, родителями и другими значимыми людьми, а также не снижает уровень доверия к ним. Можно предположить, что такие подростки также используют онлайн-инструменты для поддержания доверительных отношений со своим реальным окружением. В этом они не проигрывают подросткам, мало времени проводящим онлайн и более погруженным в офлайн взаимодействие.

В отличие от выше представленного анализа оценки частоты обращения к источникам получения информации, где книги попали в одну категорию с традиционными медиа, по показателю доверия книги оказались в одной группе с ближайшим кругом людей. Возможно, это определяется статусом книги как авторского произведения, несущего личностные

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... смыслы и дающего возможность глубокого погружения. Можно также предположить, что подбор книг — процесс неслучайный, детерминированный личными предпочтениями и характеризующийся высоким уровнем избирательности, и в этом смысле как источник вызывает не меньшее доверие, чем избранный круг близких. Высоким уровнем доверия книги пользуются у подростков вне зависимости от интенсивности использования интернета. Таким образом, онлайн-медиа не вытесняют традиционные источники информации, а скорее последние дополняют их.

Для подростков на втором месте по уровню доверия оказываются онлайн-ресурсы, особенно Википедия и лента социальной сети. Несмотря на погруженность в сетевое пространство, подростки относительно критично подходят к оценке информации в онлайн-среде, демонстрируя хотя и достаточно высокие, но не максимальные показатели доверия, что находит подтверждение и в других исследованиях медиапотребления школьников (Медиапотребление «цифровой молодежи» в России, 2021). Мы предполагаем, что подростки, которые активно используют интернет, могут лучше ориентироваться в онлайн-пространстве и управлять информационным полем, например, настраивать ленту в соответствии со своими предпочтениями и на основе доверия к источникам.

При этом очень высокий уровень доверия к ленте социальной сети со стороны подростков с низкой пользовательской активностью, наоборот, может служить показателем их неопытности и низкого уровня критичности по отношению к малознакомому онлайн-пространству. Другим объяснением может быть то, что подростки с низким уровнем пользовательской активности обладают более узким кругом френдов, что фактически формирует их ленту в социальной сети из доверенных друзей и близких.

По сравнению с детьми, взрослые несколько реже доверяют собственным родителям. Также уровень доверия у взрослых к детям ниже, по сравнению с доверием со стороны детей к своим родителям. При этом молодые родители показывают более высокий уровень доверия к своему окружению, в первую очередь, собственным родителям, сближаясь в этом с поколением своих детей-подростков. Для родителей второе место по уровню доверия занимают традиционные медиа (телевидение, радио и печатные СМИ). Родители с высокой пользовательской активностью доверяют более широкому кругу источников: как печатным СМИ, так и новым медиа. По сравнению с детьми, у родителей уровень доверия к онлайнресурсам ниже, а к традиционным медиа — выше, что подтверждается и в зарубежных исследованиях [Edelman Trust Barometer, 2019].

В целом полученные данные согласуются с исследованиями в области медиапотребления молодежи, отмечающими рост роли новых медиаплатформ, в первую очередь, социальных сетей, как основных источников информации и пространств для активного взаимодействия молодых людей с информацией [Медиапотребление «цифровой молодежи» в России, 2021; Кульчицкая и др., 2019; Alhabash, Ma, 2017; Billings et al., 2018; Shearer, Mitchell, 2021].

Выявленные векторы трансформации медиапотребления находят свое отражение и в последних популяционных исследованиях как в России, так и за рубежом [Медиапотребление «цифровой молодежи» в России, 2021; Медиапотребление в России, 2020; Shearer, Mitchell, 2021]. При этом на фоне пандемии отмечаются изменения в балансе источников онлайн и офлайн информации в сторону использования новых медиа и старшими поколениями.

Выводы

Подрастающее поколение все еще отдает приоритет традиционным способам получения информации — своему социальному окружению (сверстникам, родителям и учителям), но существенно дополняет его новыми медиа. Таким образом, для подростков роль родителей как предпочитаемых источников информации сохраняется, что является хорошим аргументом несостоятельности распространенных опасений о поражении родителей «в битве с интернетом» за своих детей. В то же время подростки активно используют различные онлайн-ресурсы, с детства приобретая опыт управления информационными онлайн-потоками и их диверсификации.

Таким образом, по сравнению с доцифровой эпохой у подростков, как, впрочем, и у родителей, трансформация медиапотребления идет по пути существенного расширения информационного поля. Безусловно, такие процессы должны сопровождаться повышением цифровой грамотности, которая недостаточно высока у подростков, а у родителей, нередко уступающим детям по уровню ответственности при распространении информации и критического к ней отношения, еще ниже [Солдатова, Рассказова, 2020]. Хотя диверсификация источников информации у подростков не может выступать полноценной зашитой попадания В «пузыри фильтров», формирующих специфическое информационное пространство вокруг пользователя сети, тем не менее, она может стать позитивной стратегией преодоления туннельного восприятия окружающей реальности.

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

Еще один вектор трансформации практик потребления информации у подростков – предпочтение горизонтальных способов ее получения как онлайн (через социальные сети или Википедию, составляемую обычными пользователями), так и офлайн – от своего ближайшего окружения. Сложное сочетание офлайн-источников (ближайшего окружения, книг, традиционных медиа), их переплетение с онлайн-источниками (представители социального окружения становятся источниками и в онлайн-пространстве, традиционные медиа перекочевывают в онлайн-форматы) выступают важными маркерами перехода социальных практик медиапотребления из разделенных на онлайн и офлайн пространства в пространство смешанной (совмещенной) реальности. В ней возникают гибридные и практически не изученные результаты взаимодействия традиционной и цифровой социализации, в частности новые модели медиапотребления. Именно подрастающее поколение с детства овладевает искусством управления информационными потоками в смешанной реальности.

Полученные данные могут говорить о тенденции к изменению культуры доверия у подрастающего поколения. Сочетание традиционной и цифровой социализации проявляется в уровне доверия к разным источникам: подростки демонстрируют высокий уровень доверия ближайшему окружению, в том числе, родителям, а также доверяют книгам, но при этом доверяют и онлайн-источникам. В этом они отличаются от родителей, общий уровень доверия которых в целом ниже, чем у детей, максимально сохранившим уровень базового доверия к миру.

Общее доверие при сохранении критичного и ответственного отношения к информации может быть уникальным ресурсом подрастающего поколения и выступать основой конструирования позитивной информационной культуры взаимности и транспарентности в условиях «новой нормальности». На фоне растущего дефицита доверия к вертикальным общественным институтам происходит перераспределение этого важнейшего ресурса в сторону сетевых сообществ и новых технологий. В такой конфигурации доверие, выполняющее важную функцию регуляции поведения, принятия решений, снижения неопределенности и солидаризации общества, не только может служить основой развития горизонтальных взаимодействий в смешанной реальности, но и определять формирование новых моделей медиапотребления подростков.

Финансирование

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... № 18-18-00365 «Цифровая социализация в культурно-исторической перспективе: внутрипоколенческий и межпоколенческий анализ».

Литература

Алексеева А.О. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: дис. ... канд. филол. наук. М., 2006.

Коломиец В.П. Медиасреда и медиапотребление в современном Российском обществе // Социологические исследования. М., 2010. No. 1. C. 58-66.

Кульчицкая Д.Ю., Вартанов С.А., Дунас Д.В., Салихова Е.А. и др. Медиапотребление молодежи: специфика методологии исследования // Медиаскоп, 2019. Вып. 1. URL: http://www.mediascope.ru/2529. https://doi.org/10.30547/mediascope.1.2019.9.

Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего (пер. И.О. Тюриной). М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005. 432 с.

Медиапотребление в России-2020. Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ, 2020. 45 с. URL: https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html.

Медиапотребление «цифровой молодежи» в России: монография / под ред. Д.В. Дунаса. — Москва: Факультет журналистики МГУ: Издательство Московского университета, 2021. — 406 с.

Рогалева О.С., Шкайдерова Т.В. Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник ОмГУ, 2015. No.1 (75).

Скрипкина Т.П. Философско-психологическая концепция доверия как социально-психологического явления // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 15-40.

Солдатова Г.В., Зотова Е.Ю., Чекалина А.И., Гостимская О.С. Пойманные одной сетью: социально-психологическое исследование представлений детей и взрослых об интернете /

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... Под ред. Г.В. Солдатовой. М., 2011. 176 с.

Солдатова Г.У., Рассказова Е.И., Нестик Т.А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. Смысл. Москва, 2017. 375 с.

Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. Итоги цифровой трансформации: от онлайн-реальности к смешанной реальности // Культурно-историческая психология, 2020. Т. 16, No. 4. С. 87–97.

Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: АСТ, Ермак, 2004. 730 с.

Alhabash S., Ma M. A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? Social Media + Society, 2017. V. 3 (1). https://doi.org/10.1177/2056305117691544.

Auwal A.M. The Complexities of New Media: Can the 'Web Media' Completely Erase Traditional Media from the Communication Industry? // Online Journal of Communication and Media Technologies, 2016. V. 6. No. 3. P. 173-195.

Barthel M., Mitchell A., Asare-Marfo D., Kennedy C., Worden K. Measuring News Consumption in a Digital Era // Pew Research Center, 2020. URL: https://www.journalism.org/2020/12/08/measuring-news-consumption-in-a-digital-era/.

Billings A.C., Broussard R.M., Xu Q., Xu M. Untangling International Sport Social Media Use. Communication & Sport, 2018. https://doi.org/10.1177/2167479518790014.

Edelman Trust Barometer. Global Report, 2019, 65 p.

Falk A., Zimmermann F. Beliefs and Utility: Experimental Evidence on Preferences for Information. IZA Discussion, 2016. P. 10172.

Global web index. Digital vs. Traditional Media Consumption'2019 // Global web index, 2019. URL: https://www.globalwebindex.com/hubfs/Downloads/Digital_vs_Traditional_Media_Consum ption-2019.pdf.

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... Hogarth R. Judgment and choice (2nd ed.). New York, NY: Wiley, 1987.

Huurne E.F.J., Gutteling, J.M. Information needs and risk perception as predictors of risk information seeking. Journal of risk research, 2008. V. 11(7). P. 847-862. https://doi.org/10.1080/13669870701875750.

Idiong N.S. New media, new challenges: navigating the changing topography of Nigerian journalism //Journal of Multimedia Technology and Communication Studies, 2012. V. 1. No. 1. P. 23-46.

Kabir S.M.H. Opportunities and Dangers for the Traditional Mass Media in the Digital Age: An Assessment, 2019.

Kobayashi K., Hsu M. Common neural code for reward and information value. Proceedings of the National Academy of Sciences, 2019. P. 201820145. https://doi.org/10.1073/pnas.1820145116. Kruglanski A.W., Webster, D.M. Motivated closing of the mind: "Seizing" and "freezing." Psychological Review, 1996. V. 103. P. 263–283. https://doi.org/10.1037/0033-295X.103.2.263.

Mediascope. WEB-Index. Общая аудитория интернета // Mediascope, 2021. URL: https://webindex.mediascope.net/general-audience.

Miller D. et al. How the world changed social media. UCL press, 2016.

Miller G.A. Informavores. In F. Machlup, U. Mansfield (Eds.). The study of information: Interdisciplinary messages. New York, NY: Wiley-Interscience, 1983. P. 111–113.

Mirra N., Morrell E., Filipiak D. From Digital Consumption to Digital Invention: Toward a New Critical Theory and Practice of Multiliteracies. Theory into Practice, 2017. V. 57 (1). P. 12–19. https://doi.org/10.1080/00405841.2017.1390336.

Nazarov M. M. Television and the Internet: The typology of Russian media consumption // Sociological Research, 2016. V. 55. No. 1. P. 1-15.

Nhedzi A. The relationship between traditional and digital media as an influence on generational consumer preference // Communitas, 2018. V. 23. P. 18-38.

Nwabueze C. Magazine and newspaper management and production: An introductory text //Owerri: Top shelve publishers, 2011.

Park S.Y., Yang S., Shin C.S., Jang H. Long-term symptoms of mobile phone use on mobile phone addiction and depression among korean adolescents. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2019. V. 16(3584). P. 1-11. https://doi.org/10.3390/ijerph16193584.

Picone I. Conceptualizing Media Users across Media. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 2017. V. 23(4). P. 378–390. https://doi.org/10.1177/1354856517700380.

Savolainen R. Elaborating the motivational attributes of information need and uncertainty. Information Research, 2012. V. 17(2). P. 516.

Schrøder K. C. News media old and new: Fluctuating audiences, news repertoires and locations of consumption // Journalism studies, 2015. V. 16. No. 1. P. 60-78.

Sharot T., Sunstein C.R. How people decide what they want to know. Nature Human Behaviour, 2020. V. 4. P. 14-19. https://doi.org/10.1038/s41562-019-0793-1.

Shearer E. Social media outpaces print newspapers in the US as a news source // Pew research center, 2018. V. 10.

Shearer E., Mitchell A. News Use Across Social Media Platforms in 2020 // Pew Research Center, 2021. URL: https://www.journalism.org/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/.

Uddin N. Digital journalism - today and tomorrow // The Financial Express, 2019.

Van Cauwenberge A., d'Haenens L., Beentjes H. Emerging consumption patterns among young people of traditional and internet news platforms in the Low Countries // Observatorio (OBS*), 2010. V. 4. No. 3.

Yang S.Y., Lin C.Y., Huang Y.C., Chang J.H. Gender differences in the association of smartphone

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... use with the vitality and mental health of adolescent students. Journal of American College Health, 2018. V. 66(7). P. 693-701. https://doi.org/10.1080/07448481.2018.1454930.

Приложения

Таблица 2

Частота обращения к отдельным источникам информации в зависимости от пользовательской активности подростков 14—17 лет (4-балльная шкала)

Источник	Пользовательская	В будни		В выходни	ые
информации	активность	Среднее	Стд.	Среднее	Стд. отклонение
	Мало или практически не провожу Около получаса	3,000	1,414	3,250	0,957
	Около 1 часа	2,600	1,188	2,667	1,047
	Около 2 часов	2,833	0,913	2,818	0,853
	Около 3 часов	2,341	0,794	2,714	1,056
	Около 4 часов	2,419	0,957	2,488	0,985
Блогеры	Около 5 часов	2,970	0,847	2,429	0,917
	Около 6 часов	2,750	1,164	2,552	1,089
	Около 7 часов	3,050	1,099	2,933	0,961
	Около 8 часов	2,857	1,292	2,700	1,261
	Около 9 часов	2,800	1,095	3,000	1,000
	Около 10 часов	3,200	1,033	2,800	1,229
	Около 11 часов	3,333	1,155	3,000	1,225
	Около 12 часов и более	3,158	1,015	3,400	0,770
Лента в	Мало или практически не провожу	2,750	1,500	3,750	0,500
социальной сети	Около получаса	_	_	3,333	0,577
социальной сети	Около 1 часа	2,700	1,081	2,733	1,280
	Около 2 часов	2,767	1,135	2,909	0,750
	Около 3 часов	3,122	0,872	2,667	1,111

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

Около	4 часов	2,767	0,947	3,095	0,932
Около	5 часов	3,353	0,950	3,147	0,958
Около	6 часов	3,316	0,885	3,103	0,939
Около	7 часов	3,421	0,902	3,063	0,998
Около	8 часов	3,615	0,506	3,263	1,098
Около	9 часов	2,800	1,304	3,455	0,934
Около	10 часов	3,700	0,483	3,600	0,516
Около	11 часов	3,667	0,577	3,200	0,837
Около более	12 часов и	3,400	0,754	3,484	0,811

Таблица 3
Частота обращения к отдельным источникам информации и субшкалам в зависимости от пользовательской активности родителей (4-балльная шкала)

Источник	Пользовательская	В будни		В выходни	ые
информации	активность	Среднее	Стд.	Среднее	Стд. отклонение
	Мало или практически не провожу Около получаса	2,264	0,806	2,451	0,843
Субшкала «Онлайн- источники»	Около 1 часа Около 2 часов Около 3 часов Около 4 часов Около 5 часов Около 6 часов	2,560 2,655 2,629 2,642 2,733 3,171	0,561 0,756 0,561 0,615 0,804 0,651	2,643 2,632 2,645 2,825 2,795 2,900	0,654 0,716 0,593 0,652 0,669 0,726
	Около 7 часов Около 8 часов Около 9 часов Около 10 часов	2,964 3,073 3,400 2,375	0,731 0,781 0,707 0,530	2,872 2,200 3,480 3,033	0,787 0,657 0,743 0,709

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

	Около 11 часов	2,267	1,017	1,400	0,566
	Около 12 часов и более	2,822	0,474	2,400	_
	Мало или практически не провожу	3,235	0,680	3,268	0,587
	Около получаса	3,442	0,564	3,374	0,622
	Около 1 часа	3,455	0,455	3,277	0,577
	Около 2 часов	3,283	0,667	3,370	0,622
	Около 3 часов	3,300	0,618	3,192	0,564
Субшкала	Около 4 часов	3,333	0,509	3,321	0,529
«Близкое	Около 5 часов	3,217	0,518	3,439	0,498
окружение»	Около 6 часов	3,048	0,702	3,267	0,717
	Около 7 часов	3,061	0,664	3,271	0,611
	Около 8 часов	2,939	0,680	2,833	0,863
	Около 9 часов	3,333	0,471	3,133	0,606
	Около 10 часов	2,167	0,236	2,722	0,574
	Около 11 часов	2,722	0,251	2,833	0,236
	Около 12 часов и более	3,000	0,801	4,000	_
	Мало или практически не провожу	3,318	0,780	_	_
	Около получаса	3,640	0,490	_	_
	Около 1 часа	3,568	0,661	_	-
	Около 2 часов	3,477	0,710	_	_
Прурга	Около 3 часов	3,620	0,568	_	_
Друзья	Около 4 часов	3,405	0,686	_	_
	Около 5 часов	3,273	0,767	_	_
	Около 6 часов	3,538	0,776	_	_
	Около 7 часов	3,273	0,786	_	_
	Около 8 часов	3,091	0,831	_	_
	Около 9 часов	3,600	0,548	_	_
	Около 10 часов	2,500	0,707	_	_

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

	Около 11 часов	2,667	0,516	_	_
	Около 12 часов и более	3,000	1,054	_	_
	Мало или практически не провожу	2,143	1,108	_	-
	Около получаса	2,520	0,963	_	_
	Около 1 часа	2,349	0,973	_	_
	Около 2 часов	2,619	1,038	_	_
	Около 3 часов	2,604	0,984	_	_
Тематические	Около 4 часов	2,639	0,931	_	_
сайты	Около 5 часов	2,696	1,063	_	_
Санты	Около 6 часов	3,286	0,825	_	_
	Около 7 часов	3,182	0,874	_	_
	Около 8 часов	3,364	0,924	_	_
	Около 9 часов	3,400	1,342	_	_
	Около 10 часов	2,500	0,707	_	_
	Около 11 часов	2,667	1,211	_	_
	Около 12 часов и более	3,111	0,928	_	_
	Мало или практически не провожу	_	_	1,604	0,948
	Около получаса	_	_	2,129	0,957
	Около 1 часа	_	_	1,870	1,010
	Около 2 часов	_	_	2,000	0,954
Еногори	Около 3 часов	_	_	1,950	0,932
Блогеры	Около 4 часов	_	_	2,083	1,100
	Около 5 часов	_	_	2,474	1,020
	Около 6 часов	_	_	2,500	1,080
	Около 7 часов	_	_	2,000	1,134
	Около 8 часов	_	_	1,333	0,516
	Около 9 часов	_	_	3,200	1,304
	Около 10 часов	_	_	2,167	0,753

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

	Около 11 часов	_	_	1,000	0,000
	Около 12 часов и	_	_	2,000	_
	более			2,000	
	Мало или				
	практически не	_	_	2,389	1,054
	провожу				
	Около получаса	_	_	2,806	1,138
	Около 1 часа	_	_	2,673	1,019
	Около 2 часов	_	_	2,696	1,051
	Около 3 часов	_	_	3,025	0,947
Лента в	Около 4 часов	_	_	3,115	0,816
социальной	Около 5 часов	_	_	2,833	1,098
сети	Около 6 часов	_	_	3,100	1,287
	Около 7 часов	_	_	3,000	0,966
	Около 8 часов	_	_	2,167	0,753
	Около 9 часов	_	_	3,800	0,447
	Около 10 часов	_	_	3,000	1,265
	Около 11 часов	_	_	1,500	0,707
	Около 12 часов и			4,000	
	более	_		4,000	_
	Мало или				
	практически не	_	_	3,000	1,019
	провожу				
	Около получаса	_	_	2,677	1,045
	Около 1 часа	_	_	2,741	0,935
	Около 2 часов	_	_	2,556	0,893
Печатные	Около 3 часов	_	_	2,692	0,832
СМИ	Около 4 часов	_	_	3,200	0,817
	Около 5 часов	_	_	2,421	0,902
	Около 6 часов	_	_	3,000	0,943
	Около 7 часов	_	_	3,063	0,929
	Около 8 часов	_	_	1,833	0,753
	Около 9 часов	_	_	3,200	1,304
į l	Около 10 часов		 	2,833	0,983

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

Около 11 часов	_	_	3,500	0,707
Около 12 часов 1	1 _	_	2,000	_
более			2,000	

		В будни		
Источник информации	Пользовательская активность	Среднее	Стд. отклонение	
	Мало или практически не провожу	3,563	0,343	
	Около 1 часа	3,425	0,315	
	Около 2 часов	3,336	0,479	
	Около 3 часов	3,419	0,389	
	Около 4 часов	3,256	0,492	
Субшкала «Доверие к	Около 5 часов	3,294	0,437	
людям и книгам»	Около 6 часов	3,300	0,477	
	Около 7 часов	3,175	0,568	
	Около 8 часов	3,464	0,499	
	Около 9 часов	2,700	0,570	
	Около 10 часов	3,467	0,240	
	Около 11 часов	3,917	0,144	
	Около 12 часов и более	3,338	0,424	
	Мало или практически не провожу	3,667	0,577	
	Около 1 часа	2,600	0,821	
	Около 2 часов	2,586	0,682	
п	Около 3 часов	2,605	0,583	
Лента в социальной сети	Около 4 часов	2,395	0,791	
	Около 5 часов	2,647	0,774	
	Около 6 часов	2,450	0,686	
	Около 7 часов	2,350	0,875	
	Около 8 часов	3,000	0,679	

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

	Около 9 часов	2,400	0,548
	Около 10 часов	3,200	0,422
	Около 11 часов	3,333	0,577
	Около 12 часов и более	2,900	1,021
	Мало или практически не провожу	3,500	0,707
	Около 1 часа	3,400	0,598
	Около 2 часов	3,448	0,736
	Около 3 часов	3,256	0,539
	Около 4 часов	3,186	0,627
Книги	Около 5 часов	3,147	0,702
Кпиги	Около 6 часов	3,000	0,918
	Около 7 часов	2,850	0,813
	Около 8 часов	3,500	0,650
	Около 9 часов	2,400	0,894
	Около 10 часов	3,400	0,516
	Около 11 часов	3,667	0,577
	Около 12 часов и более	3,450	0,605

Источник информации	Пользовательская	В будни		В выходные	
		Среднее	Стд. отклонение	Среднее	Стд. отклонение
C. C	Мало или практически не провожу	2,317	0,714	2,328	0,632
Субшкала	Около получаса	2,477	0,497	2,624	0,452
«Доверие онлайн-	Около 1 часа	2,501	0,550	2,478	0,534
онлаин- источникам»	Около 2 часов	2,547	0,564	2,539	0,514
	Около 3 часов	2,464	0,619	2,495	0,538
	Около 4 часов	2,617	0,365	2,600	0,420
	Около 5 часов	2,675	0,646	2,767	0,510

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

	Около 6 часов	2,743	0,563	2,500	0,510
	Около 7 часов	2,709	0,383	2,928	0,649
	Около 8 часов	2,527	0,568	2,333	0,327
	Около 9 часов	2,520	0,879	2,800	0,678
	Около 10 часов	2,525	0,389	2,733	0,432
	Около 11 часов	1,867	0,516	1,600	0,849
	Около 12 часов и более	2,500	0,591	2,000	_
	Мало или практически не провожу	3,257	0,410	3,119	0,378
	Около получаса	3,180	0,423	3,270	0,445
	Около 1 часа	3,152	0,405	3,063	0,397
	Около 2 часов	3,172	0,442	3,174	0,403
	Около 3 часов	3,078	0,383	3,125	0,400
Субшкала	Около 4 часов	3,169	0,339	3,224	0,297
«Доверие к людя	мОколо 5 часов	3,115	0,483	3,132	0,542
и книгам»	Около 6 часов	3,018	0,285	2,975	0,506
	Около 7 часов	3,114	0,303	3,203	0,228
	Около 8 часов	2,932	0,226	2,958	0,431
	Около 9 часов	3,000	0,468	3,100	0,224
	Около 10 часов	3,125	0,177	2,750	0,387
	Около 11 часов	2,500	0,316	2,375	0,177
	Около 12 часов и более	3,100	0,376	3,500	_
Cue mana ya	Мало или практически не провожу	1 2,761	0,601	2,603	0,612
Субшкала «Доверие	кОколо получаса	2,654	0,543	2,576	0,588
кудоверие традиционным	Около 1 часа	2,568	0,695	2,600	0,716
прадиционным медиа»	Около 2 часов	2,654	0,690	2,511	0,538
	Около 3 часов	2,570	0,598	2,425	0,739
	Около 4 часов	2,653	0,475	2,720	0,435
	Около 4 часов	2,033	0,473	2,720	0,433

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

	Около 5 часов	2,609	0,656	2,921	0,534
	Около 6 часов	2,464	0,990	2,550	0,896
	Около 7 часов	2,800	0,675	3,000	0,658
	Около 8 часов	2,455	0,820	2,333	0,408
	Около 9 часов	2,600	0,548	3,400	0,548
	Около 10 часов	2,500	0,000	2,333	0,753
	Около 11 часов	2,000	0,548	1,500	0,707
	Около 12 часов более	и2,400	0,907	1,500	_
		ли не3,174	0,388	2,914	0,506
	Около получаса	3,200	0,408	3,242	0,614
	Около 1 часа	2,977	0,511	2,964	0,543
	Около 2 часов	3,063	0,644	3,047	0,486
	Около 3 часов	2,918	0,493	3,026	0,584
	Около 4 часов	3,139	0,543	3,083	0,408
Коллеги	Около 5 часов	3,043	0,706	3,105	0,738
	Около 6 часов	2,786	0,426	2,900	0,738
	Около 7 часов	3,000	0,447	3,133	0,352
	Около 8 часов	2,818	0,405	2,833	0,408
	Около 9 часов	2,600	0,548	2,800	0,447
	Около 10 часов	3,000	0,000	2,333	0,516
	Около 11 часов	2,200	0,447	2,000	0,000
	Около 12 часов более	и2,600	0,516	2,000	
Книги		ли не3,304	0,703	-	-
	Около получаса	3,000	0,566		
	Около 1 часа	3,024	0,563		+
	Около 2 часов	3,061	0,605		
	i	i i	ı	I	i .

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

	Около 4 часов	3,000	0,586	F	-
	Около 5 часов	2,833	0,637		_
	Около 6 часов	3,143	0,535		_
	Около 7 часов	3,200	0,633		_
	Около 8 часов	2,818	0,405		_
	Около 9 часов	3,000	0,817		_
	Около 10 часов	3,000	0,000		_
	Около 11 часов	2,000	0,633		_
	Около 12 часов и более	3,200	1,033		_
	Мало или практически не			2,586	0,726
	провожу				
	Около получаса	_	_	2,545	0,666
	Около 1 часа		_	2,556	0,817
	Около 2 часов		_	2,467	0,588
	Около 3 часов	_	_	2,395	0,823
	Около 4 часов			2,792	0,588
Печатные СМИ	Около 5 часов			2,842	0,688
	Около 6 часов	_		2,600	0,843
	Около 7 часов	_		3,125	0,619
	Около 8 часов	_	_	2,500	0,548
	Около 9 часов	_	_	3,600	0,548
	Около 10 часов	_	_	2,167	0,753
	Около 11 часов	_	_	1,500	0,707
	Около 12 часов и			1,000	
	более			1,000	
	Мало или				
	практически не	-	-	2,291	0,786
Новостные сайть	_П провожу				
(Интернет СМИ)	Около получаса			2,576	0,708
	Около 1 часа	_		2,389	0,811
	Около 2 часов		_	2,467	0,625

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

	Около 3 часов	· - -			0,784
	Около 4 часов	-	-	2,480	0,653
	Около 5 часов			2,833	0,707
	Около 6 часов			2,400	0,699
	Около 7 часов			3,000	0,730
	Около 8 часов	_		2,000	0,894
	Около 9 часов	_		3,000	1,225
	Около 10 часов	_		2,667	0,516
	Около 11 часов	_		1,500	0,707
	Около 12 часов и более			2,000	_
	Мало или				
	практически не-	- -		1,893	0,755
	провожу				
	Около получаса	-		2,273	0,719
	Около 1 часа	-		2,000	0,745
	Около 2 часов	-		2,000	0,707
	Около 3 часов	-		2,250	0,870
	Около 4 часов	-		2,320	0,748
Блогеры	Около 5 часов	-		2,333	0,908
	Около 6 часов	-		2,300	0,823
	Около 7 часов	-		2,438	0,964
	Около 8 часов	-	-	1,667	0,516
	Около 9 часов	-	-	2,600	0,894
	Около 10 часов	_	-	2,333	0,516
	Около 11 часов	_	-	1,000	0,000
	Около 12 часов и более			2,000	_

Поступила в редакцию 30 июня 2021 г. Дата публикации: 31 декабря 2021г.

Сведения об авторах

Солдатова Галина Уртанбековна. Академик РАО, доктор психологических наук, профессор

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. ул. Моховая, д. 11, стр. 9, 125009 Москва, Россия; заведующий кафедрой социальной психологии Московского института психоанализа, Кутузовский просп., д. 34 стр. 14, Москва, 121170 Москва, Россия.

E-mail: soldatova.galina@gmail.com

Чигарькова Светлана Вячеславна. Кандидат психологических наук, младший научный сотрудник факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. ул. Моховая, д. 11, стр. 9, 125009 Москва, Россия; заместитель заведующего кафедрой социальной психологии Московского института психоанализа, Кутузовский просп., д. 34 стр. 14, Москва, 121170 Москва, Россия.

E-mail: chigars@gmail.com

Илюхина Светлана Николаевна. Психолог Фонда Развития Интернет. Пресненский Вал, д. 17 стр. 1, 123557 Москва, Россия.

E-mail: svetla.iluhina@gmail.com

Ссылка для цитирования

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и родителей: источники информации и доверие к ним // Психологические исследования. 2021. Т. 14, № 80. С. 4. URL: http://psystudy.ru

Адрес статьи http://psystudy.ru/index.php/num/2021v14n80/1955-soldatova80.html

Soldatova G.U.^{1,2}, Chigarkova S.V.^{1,2}, Ilyukhina S.N.³ Media consumption of adolescents and parents: sources of information and trust in them

- 1 Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
- 2 Moscow Institute of Psychoanalysis, Moscow, Russia
- 3 Foundation for Internet Development, Moscow, Russia

Investigation of media consumption preferences among younger and older generations allows for prediction of the direction of transformation of the information society in the context of mixed online-offline reality. The current study aimed to analyze the preferred sources of information among adolescents and their parents, as well as the degree of trust in these sources. The study involved 637 participants (Nadolescents=300, Nparents=337) who rated 12 types of sources in terms of the frequency of access and the level of trust on a 4-point scale. Online activity on weekdays and weekends was also reported. According to the results,

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... transformation of media consumption occurs due to the expansion of the information field, primarily among adolescents who actively use digital media. Adolescents prefer horizontal methods of obtaining information both online (through social networks or Wikipedia, compiled by ordinary users) and offline - from parents, peers and teachers. At the same time, offline communication with parents and peers remains the dominant source of information in terms of frequency. The choice of online sources of information is relevant for active representatives of both generations. Both adolescents and parents were shown to demonstrate the highest level of trust in their social environment and books. Parents with high user activity trust a wider range of sources: both offline media and new media. However, compared to parents, adolescents trust various sources of information even more. Also, online media does not supplant the importance of traditional sources of information for adolescents but complements them. Thus, the diversification of information sources and a relatively high level of trust in various sources, while maintaining a critical and responsible attitude to information, can be a unique resource for the younger generation. It can serve as the basis for constructing a positive information culture of reciprocity and transparency in the context of the "new normality".

Keywords: media consumption, sources of information, trust, adolescents, parents

Funding

The study is supported by the Russian Science Foundation project No. 18-18-00365 « Digital socialization in the cultural-historical perspective: intragenerational and intergenerational analysis».

References

Alekseyeva A.O. Novyye interaktivnyye media v kontekste teoriy informatsionnogo obshchestva: dis. ... kand. filol. nauk. M., 2006. (in Russian)

Kolomiyets V.P. Mediasreda i mediapotrebleniye v sovremennom Rossiyskom obshchestve // Sotsiologicheskiye issledovaniya. M., 2010. No. 1. P. 58-66. (in Russian)

Kul'chitskaya D.YU., Vartanov S.A., Dunas D.V., Salikhova Ye.A. i dr. Mediapotrebleniye molodezhi: spetsifika metodologii issledovaniya // Mediaskop, 2019. V. 1. URL: http://www.mediascope.ru/2529. https://doi.org/10.30547/mediascope.1.2019.9. (in Russian)

Maklyuen M. Galaktika Gutenberga. Stanovleniye cheloveka pechatayushchego (per. I.O. Tyurinoy). M.: Akademicheskiy Proyekt: Fond «Mir», 2005. 432 p. (in Russian)

Mediapotrebleniye v Rossii-2020. Issledovatel'skiy tsentr kompanii «Deloyt» v SNG, 2020. 45 p.

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... URL: https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html. (in Russian)

Rogaleva O.S., Shkayderova T.V. Novyye media: evolyutsiya ponyatiya (analiticheskiy obzor) // Vestnik OmGU, 2015. No. 1(75). (in Russian)

Skripkina T.P. Filosofsko-psikhologicheskaya kontseptsiya doveriya kak sotsial'no-psikhologicheskogo yavleniya // Doveriye v sotsial'no-psikhologicheskom vzaimodeystvii: Kollektivnaya monografiya / Pod red. T.P. Skripkinoy. Rostov n/D: Izd-vo RGPU, 2006. P. 15-40. (in Russian)

Soldatova G.V., Zotova Ye.YU., Chekalina A.I., Gostimskaya O.S. Poymannyye odnoy set'yu: sotsial'no-psikhologicheskoye issledovaniye predstavleniy detey i vzroslykh ob internete / Pod red. G.V. Soldatovoy. M., 2011. 176 p. (in Russian)

Soldatova G.U., Rasskazova Ye.I., Nestik T.A. Tsifrovoye pokoleniye Rossii: kompetentnost' i bezopasnost'. Smysl Moskva, 2017. 375 p. (in Russian)

Soldatova G.U., Rasskazova Ye.I. Itogi tsifrovoy transformatsii: ot onlayn-real'nosti k smeshannoy real'nosti // Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya, 2020. V. 16, No. 4. P. 87–97. (in Russian) Fukuyama F. Doveriye: sotsial'nyye dobrodeteli i put' k protsvetaniyu. M.: AST, Yermak, 2004. 730 p. (in Russian)

Alhabash S., Ma M. A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? Social Media + Society, 2017. V. 3 (1). https://doi.org/10.1177/2056305117691544.

Auwal A.M. The Complexities of New Media: Can the 'Web Media' Completely Erase Traditional Media from the Communication Industry? //Online Journal of Communication and Media Technologies, 2016. V. 6. No. 3. P. 173-195.

Barthel M., Mitchell A., Asare-Marfo D., Kennedy C., Worden K. Measuring News Consumption in a Digital Era // Pew Research Center, 2020. URL: https://www.journalism.org/2020/12/08/measuring-news-consumption-in-a-digital-era.

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и... Billings A.C., Broussard R.M., Xu Q., Xu M. Untangling International Sport Social Media Use. Communication & Sport, 2018. https://doi.org/10.1177/2167479518790014.

Edelman Trust Barometer. Global Report, 2019, 65 p.

Falk A., Zimmermann F. Beliefs and Utility: Experimental Evidence on Preferences for Information. IZA Discussion, 2016. P. 10172.

Global web index. Digital vs. Traditional Media Consumption'2019 // Global web index, 2019. URL: https://www.globalwebindex.com/hubfs/Downloads/Digital_vs_Traditional_Media_Consumption-2019.pdf

Hogarth R. Judgment and choice (2nd ed.). New York, NY: Wiley, 1987.

Huurne E.F.J., Gutteling, J.M. Information needs and risk perception as predictors of risk information seeking. Journal of risk research, 2008. V. 11(7). P. 847-862. https://doi.org/10.1080/13669870701875750.

Idiong N.S. New media, new challenges: navigating the changing topography of Nigerian journalism //Journal of Multimedia Technology and Communication Studies, 2012. V. 1. No. 1. P. 23-46.

Kabir S.M.H. Opportunities and Dangers for the Traditional Mass Media in the Digital Age: An Assessment, 2019.

Kobayashi K., Hsu M. Common neural code for reward and information value. Proceedings of the National Academy of Sciences, 2019. P. 201820145. https://doi.org/10.1073/pnas.1820145116.

Kruglanski A.W., Webster, D.M. Motivated closing of the mind: "Seizing" and "freezing." Psychological Review, 1996. V. 103. P. 263–283. https://doi.org/10.1037/0033-295X.103.2.263.

Miller D. et al. How the world changed social media. UCL press, 2016.

Miller G.A. Informavores. In F. Machlup, U. Mansfield (Eds.). The study of information: Interdisciplinary messages. New York, NY: Wiley-Interscience, 1983. P. 111–113.

Mirra N., Morrell E., Filipiak D. From Digital Consumption to Digital Invention: Toward a New Critical Theory and Practice of Multiliteracies. Theory into Practice, 2017. V. 57 (1). P. 12–19. https://doi.org/10.1080/00405841.2017.1390336.

Nazarov M.M. Television and the Internet: The typology of Russian media consumption // Sociological Research, 2016. V. 55. No. 1. P. 1-15.

Nhedzi A. The relationship between traditional and digital media as an influence on generational consumer preference // Communitas, 2018. V. 23. P. 18-38.

Nwabueze C. Magazine and newspaper management and production: An introductory text //Owerri: Top shelve publishers, 2011.

Picone I. Conceptualizing Media Users across Media. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 2017. V. 23(4). P. 378–390. https://doi.org/10.1177/1354856517700380.

Savolainen R. Elaborating the motivational attributes of information need and uncertainty. Information Research, 2012. V. 17(2). P. 516.

Schrøder K.C. News media old and new: Fluctuating audiences, news repertoires and locations of consumption // Journalism studies, 2015. V. 16. No. 1. P. 60-78.

Sharot T., Sunstein C.R. How people decide what they want to know. Nature Human Behaviour, 2020. V. 4. P. 14-19. https://doi.org/10.1038/s41562-019-0793-1.

Shearer E. Social media outpaces print newspapers in the US as a news source // Pew research center, 2018. V. 10.

Shearer E., Mitchell A. News Use Across Social Media Platforms in 2020 // Pew Research Center, 2021. URL: https://www.journalism.org/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/

Uddin N. Digital journalism - today and tomorrow // The Financial Express, 2019.

Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. Медиапотребление подростков и...

Van Cauwenberge A., d'Haenens L., Beentjes H. Emerging consumption patterns among young

people of traditional and internet news platforms in the Low Countries // Observatorio

(OBS*), 2010. V. 4. No. 3.

Information about authors

Soldatova G.U. Academician Member of the Russian Academy of Education, Doctor of

Psychology, Professor, Psychology Department, Lomonosov Moscow State University, ul.

Mokhovaya, 11/9, 125009 Moscow, Russia; Head of the Department, Social Psychology, Moscow

Institute of Psychoanalysis, Kutuzovsky Prospekt, 31/14, 121170 Moscow, Russia.

E-mail: soldatova.galina@gmail.com

Chigarkova S.V. PhD, Research fellow, Psychology Department, Lomonosov Moscow State

University, ul. Mokhovaya, 11/9, 125009 Moscow, Russia; Deputy Head of the Department, Social

Psychology, Moscow Institute of Psychoanalysis, Kutuzovsky Prospekt, 31/14, 121170 Moscow,

Russia.

E-mail: chigars@gmail.com

Ilyukhina S.N. Psychologist, Foundation for Internet Development, Presnenskiy Val, 17/1, 123557

Moscow, Russia.

E-mail: svetla.iluhina@gmail.com

To cite this article

Soldatova G.U., Chigarkova S.V., Ilyukhina S.N. Media consumption of adolescents and parents:

sources of information and trust in them. Psikhologicheskie Issledovaniya, 2021, Vol. 14, No. 80, p.

4. http://psystudy.ru