

ДОВЕРИЕ КАК ОСНОВА ВОСПРОИЗВОДСТВА КОММУНИКАТИВНОЙ ЛЕГИТИМНОСТИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

О. А. Игнатьева

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 27 августа 2025 г.

Аннотация: статья направлена на исследование доверия как основы формирования коммуникативной легитимности в информационном обществе. Автор обращается к теоретическим подходам (Н. Луман, Э. Гидденс, Ф. Фукуяма), объединяя институциональное доверие с признанием власти на основе коммуникативной легитимности через диалог, прозрачность и обратную связь. В работе анализируются вызовы цифровой среды в форме постправды, дезинформации, алгоритмических лент и информационного шума. Статья выполнена в структурно-функциональной парадигме с использованием теоретического анализа, дискурс-анализа и кейс-стади. В работе предлагаются стратегии укрепления доверия в форме открытых данных, фактчекинга, алгоритмической подотчетности, медиаграмотности и персонализированной коммуникации. Также рассматриваются социальные последствия утраты доверия и предлагаются способы его восстановления.

Ключевые слова: доверие, коммуникативная легитимность, информационное общество, цифровые медиа, политическая коммуникация.

Abstract: the article aims to study trust as a basis for the formation of communicative legitimacy in the information society. The author refers to theoretical approaches (N. Luhmann, E. Giddens, F. Fukuyama), combining institutional trust with the recognition of power on the basis of communicative legitimacy through dialogue, transparency and feedback. The paper analyzes the challenges of the digital environment in the form of post-truth, disinformation, algorithmic feeds and information noise. The article is written in the structural-functional paradigm using theoretical analysis, discourse analysis and case study. The paper proposes strategies for strengthening trust in the form of open data, fact-checking, algorithmic accountability, media literacy and personalized communication. The article also considers the social consequences of the loss of trust and suggests ways to restore it.

Key words: trust, communicative legitimacy, information society, digital media, political communication.

В цифровую эпоху феномен доверия играет особую роль для функционирования политики и средств массовой информации. Доверие населения СМИ и институтам власти сегодня является важнейшим показателем легитимности политической системы [1, с. 196–197]. При этом коммуникативная легитимность заключается в признании обществом легитимности власти на основе эффективной коммуникации с властью, выраженной в диалоге и обратной связи. Ее эффективность зависит от того, насколько люди доверяют предоставляемой им информации, а также мотивам политических акторов. В информационном обществе с характерными беспрецедентными потоками информации, социальными сетями и алгоритмическими лентами новостей проблема доверия становится первоочередной. Циркулирование фейковой информации в сети, феномен «постправды» и падение доверия к традиционным СМИ являются причиной глобального кризиса доверия. В соответ-

ствии с докладом Edelman Trust Barometer (2020 г.) в мире наблюдаются «эпидемия дезинформации и всеобщее падение доверия к общественным институтам и лидерам» [2]. Бесконечные потоки фейковых новостей и черного PR подрывают веру общества в официальный дискурс и усложняют процесс конструктивного диалога с властью. Целями данной работы являются анализ роли доверия как основы коммуникативной легитимности в условиях информационного общества, а также выявление способов влияния цифровых медиа и алгоритмов на динамику доверия в политико-коммуникативном пространстве. Исследование выполнено в структурно-функциональной парадигме с использованием теоретического анализа, дискурс-анализа и кейс-стади.

Доверие выступает базовым условием стабильности политических институтов и эффективности коммуникации между властью и обществом. По мнению Д. Истона, базовое политическое доверие является диффузной поддержкой, которая образует своего рода «резервуар» благоприятного отношения граждан в хорошие периоды и расходится в периоды кризисов [3, р. 274]. Без этого запаса доверия ни одна

политическая система не способна сохранять легитимность своих решений в долгосрочном периоде. Сегодня наблюдается падение доверия к официальным новостям. Согласно исследованию Reuters Institute, только около 29 % респондентов в США доверяют новостям в целом, а 31 % доверяют новостям, получаемым из социальных медиа [4, р. 112]. В этих условиях легитимность политической власти все больше зависит от способности выстраивать коммуникацию, заслуживающую доверия у граждан.

В работах Н. Лумана и Э. Гидденса заложены основы понимания доверия в современном мире. Так, Н. Луман рассматривает доверие как механизм снижения сложности социальной системы [5, р. 29]. В свою очередь, Э. Гидденс, анализируя современное общество, подчеркивает особую роль доверия в обезличенных системах и вводит понятие «активного доверия» как доверия, которое должно постоянно воспроизводиться в условиях нестабильности [6, р. 7]. Гидденс отмечает наличие доли неопределенности в любом доверии: «В определенном смысле всякое доверие – слепо» [7, р. 33]. Доверие всегда означает прыжок веры и принятие риска. Ф. Фукуяма делает акцент на моральных и культурных основаниях доверия. Для него доверие – это «возникающее в рамках определенного сообщества ожидание того, что его члены будут вести себя нормально и честно, проявляя готовность к взаимопомощи в соответствии с общепринятыми нормами, культурными традициями, обычаями, общими этическими ценностями» [8, с. 26]. Таким образом, согласно Фукуяме, доверие становится ключевым социальным ресурсом, способствующим сотрудничеству и экономическому процветанию в обществе [там же, с. 20–21].

В политico-коммуникативном смысле можно выделить трехуровневую классификацию доверия: межличностное (доверие граждан друг к другу и к конкретным политическим акторам), институциональное (доверие к политическим институтам и официальным СМИ) и обобщенное социальное доверие [9, р. 170]. Институциональное доверие играет особую роль для коммуникативной легитимности, так как предполагает наличие веры у граждан в то, что политические институты действуют в их интересах и им можно доверять. Так, доверие включает в себя ожидание честного и предсказуемого поведения на основе общих этических норм. Коммуникативная легитимность – феномен, связанный с процессами диалога власти и общества как условия признания правомерности власти и ее добровольной поддержки. Власть является коммуникативно легитимной, если она может открыто объяснить свои решения на языке, понятном для основной части общества; если она способна выстраивать каналы обратной связи; если она может демонстрировать транспарентность и го-

товность аргументировать свои решения; если она склонна учитывать ценностные ориентиры граждан, обращаясь к общим символам и идеалам; если способна поддерживать эмоциональную связь с гражданами через ритуалы признания и эмпатии. Таким образом, коммуникативная легитимность опирается на доверие граждан, поскольку без доверия политический дискурс обречен быть воспринятым как пропаганда или манипуляция.

Взаимосвязь доверия и легитимности заключается в том, что доверие граждан фактически дает политической власти резервуар легитимности (диффузную поддержку) [3, р. 274]. Если люди доверяют правительству, то они считают его решения обоснованными и законными. Доверие является необходимым условием коммуникативного действия, по Ю. Хабермасу, который полагает, что в идеальной речевой ситуации участники дискурса должны быть искренни и выражать добрые намерения по отношению друг к другу [10, с. 25].

Таким образом, доверие является основой, на которой строится коммуникативная легитимность. Доверие позволяет обеспечивать воспроизведение легитимности от одного коммуникативного акта к другому. Каждое успешно разъясненное решение подкрепляет доверие граждан и облегчает принятие следующего законопроекта. Следовательно, доверие является необходимым условием эффективной публичной коммуникации, а также устойчивой политической системы.

Информационное общество радикальным образом изменяет среду, в которой зарождается и поддерживается доверие. С одной стороны, население получает доступ к неограниченному объему информации и имеет возможность напрямую общаться друг с другом. С другой стороны, возникают новые проблемы, касающиеся достоверности информации, фрагментации аудиторий и манипуляций со стороны алгоритмов. В информационном обществе возникают новые формы и объекты доверия, среди которых можно выделить сетевое, виртуальное и алгоритмическое доверие. Так, сетевое доверие – это доверие, возникающее в социальных сетях между пользователями, которые часто незнакомы друг с другом лично. Например, подписчики могут доверять отзывам на цифровых платформах или комментариям друг друга в социальных сетях, хотя эти люди не являются официальными экспертами. В политической сфере сетевое доверие проявляется тогда, когда граждане часто верят сетевой информации (от друзей, лидеров мнений, блогеров) больше, чем официальным источникам.

Виртуальное доверие представляет собой доверие к акторам, которые незнакомы в реальной жизни и взаимодействуют исключительно онлайн. Это свя-

зано не только с межличностным общением (например, на сайте знакомств или в игровых командах), но и с доверием к виртуальным сервисам и цифровым платформам. Так, сегодня пользователи доверяют онлайн-банкингу, «облаку», телемедицине, т. е. они уверены, что технологическая система способна обеспечить безопасность данных и надежность взаимодействий.

Еще один вид нового доверия – это алгоритмическое доверие. Такой тип доверия связан с тем, что алгоритмы все чаще принимают решения в информационном пространстве, определяя отбор новостей, модерируя контент и предлагая рекомендации. Однако слепое доверие алгоритмам может стать причиной того, что пользователи становятся заложниками информационных пузырей и манипуляции политической повесткой [11, р. 7]. Следовательно, алгоритмическое доверие должно предполагать алгоритмическую подотчетность. Пользователям должно быть понятно: платформа противодействует фейковой информации, блокирует вредоносный контент и дает возможность пользователю осуществлять свободный выбор.

Информационное общество переживает кризис доверия, выражющийся в падении уровня доверия к традиционным политическим институтам (законодательным и исполнительным органам власти) и официальным СМИ с одновременным ростом подозрительности и критического отношения. По данным исследования Edelman Trust Barometer, проведенного в 2021 г., большинство респондентов по всему миру считают, что политические акторы и представители СМИ сознательно дезинформируют людей [12]. В США особенно низкое доверие к новостям демонстрируют представители консервативных взглядов [Ibid.]. Во Франции для характеристики текущей политической ситуации, сформировавшейся на фоне политических скандалов и протестов последних лет, используется термин «la grande défiance» (большое недоверие). В ФРГ уровень доверия к СМИ и политическим институтам несколько выше, однако и там появляются группы скептиков (движение Пегида, популистские нарративы), но пандемия коронавируса начала 2020-х гг. временно повысила доверие к официальным СМИ [13]. В России опросы ВЦИОМ и ФОМ демонстрируют достаточно высокий уровень доверия к президенту, политическим институтам и официальным СМИ, однако сохраняется часть населения, которая пользуется альтернативными источниками информации. Руководству КНР удается поддерживать высокий уровень общественного доверия. Так, Edelman Trust Barometer фиксирует доверие на уровне 90 %, что является одним из самых высоких индексов доверия в мире [12]. Этот уровень доверия часто достигается за счет масштабной цен-

зуры и контроля над информацией. Однако кризисные ситуации даже в Китае способны стать причиной падения общественного доверия к власти и официальным СМИ, что, например, наблюдалось в 2020 г. в связи с пандемией COVID-19 [2].

Основными проблемами формирования доверия в информационно-коммуникационной среде являются дезинформация, постправда и информационный шум. Постправдой называется ситуация, в которой объективные факты имеют меньшее значение в формировании общественного мнения, чем эмоции и личные убеждения. Социальные сети создают необходимые условия, в которых лучше распространяется контент, вызывающий сильные эмоции, чем требующий сложной аргументации и рационального восприятия. Алгоритмы, сфокусированные на увеличение вовлеченности, могут способствовать продвижению конфликтного контента, который подрывает доверие между пользователями, а также к самим цифровым платформам.

Многочисленные фейки и конспирологические теории, циркулирующие в сети, размывают представление подписчиков об объекте доверия. Если пользователь получает взаимоисключающие интерпретации события, у него может включиться либо избирательное доверие, т. е. он будет соглашаться с источниками, которые близки его взглядам, либо возникнет полное недоверие, заключающееся в циничном отношении ко всем источникам. Первый феномен ведет к информационным «пузырям» и радикализации, а второй к отчуждению от политики.

Информационный шум является еще одной проблемой цифровой среды. Большой объем информации, с которым сталкивается пользователь, препятствует проверке фактов и критическому осмыслению. В результате доверие превращается в дефицитный ресурс. Пользователи становятся более избирательны в потреблении информации, их доверие завоевать труднее, а потерять проще. Для политических акторов и официальных СМИ такая ситуация требует поиска новых подходов для установления доверия. Коммуникации должны быть прозрачны, утверждения обоснованы и доказательны, необходимо взаимодействие с аудиторией на разных, в том числе и новых, площадках, требуется своевременное опровержение фейков.

Таким образом, информационное общество трансформирует природу доверия. Возникают новые объекты доверия, такие как цифровые платформы и алгоритмы, усиливается фрагментация и контекстуальность доверия (доверяю «своим» источникам, не доверяю «чужим»), учащаются случаи падения доверия из-за вирально распространяемой фейковой информации и политических скандалов. Информационное общество порождает необходимость поиска

новых стратегий к поддержанию коммуникативной легитимности, среди которых можно обозначить базовую стратегию – прозрачность и открытость в деятельности политических институтов и официальных СМИ; фактчекинг и борьбу с дезинформацией, а также алгоритмическую ответственность цифровых платформ.

Основным подходом для поддержания коммуникативной легитимности является обеспечение максимальной транспарентности в деятельности политических институтов и СМИ. Транспарентность предполагает проактивное информирование граждан о принимаемых политических решениях, их причинах и возможных последствиях. Многие страны все чаще используют цифровые инструменты, среди которых можно упомянуть платформы открытых данных, онлайн-трансляции политических дебатов, разъяснительные кампании в социальных сетях. Так, в ФРГ официальные СМИ регулярно транслируют пресс-брифинги правительства, политические лидеры и министры общаются с гражданами через социальные сети, аргументируя принятые меры. Такая коммуникация не всегда ведет к быстрому повышению доверия, но может создавать у граждан ощущение открытости власти.

Обратная связь является еще одним проявлением транспарентности. Такие инструменты, как электронные приемные, петиции, общественные обсуждения законопроектов, дают гражданам возможность высказать свое мнение и получить ответ, что способствует укреплению доверия, особенно если мнение будет учтено. В 2013 г. в России на федеральном уровне создана платформа «Российская общественная инициатива», которая позволяет гражданам вступать в диалог с властью посредством внесения собственных предложений. Также практикуются ежегодные «Прямые линии» с президентом Российской Федерации, в ходе которых он отвечает на вопросы граждан в прямом эфире. Это способствует укреплению личного доверия к руководству страны.

Еще одним немаловажным подходом является фактчекинг и борьба с дезинформацией. Для борьбы с фейковыми новостями ряд СМИ и независимых организаций используют системы фактчекинга, направленные на проверку заявлений политиков и вирусного контента на достоверность. В США были внедрены такие проекты, как Snopes, FactCheck, в Европе – EU vs Disinfo, во Франции – декабрьский пакт СМИ против фейков. Цифровые платформы Facebook*, X**/Twitter**, YouTube** под давлением общества и представителей власти вынуждены при-

менять маркировку сомнительного контента, снижать его видимость, блокировать фейковые аккаунты. Однако эти меры имеют неоднозначную оценку. Либерально настроенные группы населения видят в них цензуру, а сторонники конспирологических теорий считают фактчекинг частью теории заговора властей, что еще больше снижает доверие пользователей к официальным источникам. Однако для большинства населения наличие авторитетных разоблачений фейков постепенно позволяет восстановить доверие к официальным СМИ и интернет-ресурсам.

И, наконец, еще одной мерой является внедрение алгоритмической ответственности цифровых платформ. Укрепление доверия требует усилий не только от политических акторов и официальных СМИ, но и от технологических гигантов, управляющих цифровыми платформами. Эксперты призывают к повышению прозрачности цифровых алгоритмов путем публикации принципов ранжирования новостей, предоставления данных о политической рекламе и сотрудничества с исследовательскими организациями. Так, Facebook* и X**/Twitter** периодически отчитываются о действиях по удалению ботов и пропаганды, а Google раскрывает некоторые нюансы поискового ранжирования. В 2022 г. в Европейском союзе был принят Кодекс практики по дезинформации, в рамках которого платформы добровольно должны предпринимать усилия по улучшению качества информации [14]. Одной из возможных мер является внедрение опции пользовательского контроля, например, «показывать мне больше новостей от надежных источников». Получив возможность управлять информацией, люди начинают больше доверять этому интернет-ресурсу. Еще одна мера заключается в привлечении независимых аудиторов для оценки работы алгоритмов. Все эти усилия способствуют выработке у пользователей ощущения, что социальные сети и платформы – это не «черный ящик», создающий подозрительный контент, а ресурсы, стоящие доверия.

На основе проведенного исследования можно предложить ряд ключевых рекомендаций для укрепления доверия, а следовательно, коммуникативной легитимности власти в информационном обществе.

Во-первых, необходимо институционализировать диалог власти и общества, т. е. он должен быть не разовой акцией, а превратиться в постоянный институт. Речь идет о регулярных общественных форумах, онлайн-обсуждениях, участии граждан в выработке политических решений в форме инициативного бюджетирования и публичных консультаций. Во-вторых, требуются усилия по повышению медиаграмотности и критического мышления у населения. Доверие должно быть обоснованным. Власть и официальные СМИ должны научить пользователей отличать до-

* Принадлежит медиакорпорации Мета. Признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

** Запрещена на территории Российской Федерации.

стоверные источники от фейковой информации. Например, в Финляндии и Швеции широко внедряются курсы по медиаграмотности в школах, что позволяет с юных лет идентифицировать качественные СМИ и сохранять доверие к политической системе [15]. Далее технологические компании должны формировать здоровую информационную среду, где алгоритмы должны быть настроены не только на коммерческие показатели, но и на достоверность и общественную ценность контента. Также необходимо внедрять персонализацию в коммуникации власти и общества. Поскольку блогеры и «обычные люди» в социальных сетях вызывают больше доверия, чем безличные политические институты и акторы, то вместо формального языка пресс-релизов, необходимо внедрять личный, открытый тон, ощущение присутствия политических лидеров, которые на равных взаимодействуют с гражданами в социальных сетях. И, наконец, необходимо привлекать независимых авторитетных экспертов. Для преодоления кризиса доверия важно, чтобы информация исходила не только от политических акторов и институтов, но и от уважаемых в обществе фигур, таких как ученые, врачи, общественные лидеры, деятели искусства.

Таким образом, доверие является сложной категорией, требующей постоянной работы и поддержки. Коммуникативную легитимность недостаточно достичнуть один раз. Она должна непрерывно воспроизводиться во взаимодействии власти, общества и медиа. В информационном обществе, для которого характерно мгновенное распространение информации, конкретичность правды и лжи, умение выстраивать доверительный диалог является одним из главных вызовов и навыков современных политических акторов. Успешное решение этой проблемы позитивно влияет не только на легитимность отдельных правительств, но и на стабильность политических процессов и социальных связей в глобальной перспективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мухаметов Р. Почему граждане доверяют правительству? Истоки политического доверия в современной России / Р. Мухаметов // Социологическое обозрение. – 2023. – Т. 22, № 3. – С. 196–218

2. Trust in Social Institutions Eroded Further in 2020 : Study // Time, 2021. – URL: <https://time.com/5929252/edelman-trust-barometer-2021/> (дата обращения: 10.08.2025).
3. Easton D. A Systems Analysis of Political Life / D. Easton. – New York : John Wiley & Sons, 1965. – 507 p.
4. Digital News Report 2021 // Reuters Institute. – URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021> (дата обращения: 11.08.2025).
5. Luhmann N. Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität / N. Luhmann. – Stuttgart : Enke, 1968. – 105 p.
6. Möllering G. Understanding Trust from the Perspective of Sociological Neoinstitutionalism : the Interplay of Institutions and Agency / G. Möllering // MPIfG Discussion Paper, No. 05/13. – Cologne : Max Planck Institute for the Study of Societies, 2005. – 30 p. – URL: <https://hdl.handle.net/10419/19927> (дата обращения: 12.08.2025).
7. Giddens A. The consequences of modernity / A. Giddens. – Stanford : Stanford University Press, 1990. – 186 p.
8. Фукуяма Ф. Доверие : социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М. : ACT, 2004. – 730 с.
9. Newton S. Three forms of trust and their association / S. Newton, S. Zmerli // European Political Science Review. – 2011. – Vol. 3, No 2. – P. 169–200.
10. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие : пер. с нем. / Ю. Хабермас. – СПб. : Наука, 2000. – 379 с.
11. Laufer B. Algorithmic Displacement of Social Trust (November 29, 2023). Knight First Amendment Institute at Columbia University / B. Laufer, H. Nissenbaum. – URL: <https://ssrn.com/abstract=4734544> (дата обращения: 13.08.2025).
12. 2021 Edelman Trust Barometer // Edelman, 2021. – URL: <https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer> (дата обращения: 13.08.2025).
13. People want trusted news, Reuters Institute says // Reuters, 2021. – URL: <https://www.reuters.com/business/media-telecom/people-want-trusted-news-reuters-institute-says-2021-06-22/> (дата обращения: 13.08.2025).
14. The 2022 Code of Practice on Disinformation // European Commission, 2023. – URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> (дата обращения: 14.08.2025).
15. Как продвигать медиаграмотность? Опыт Финляндии // New Reporter. – 2022. – URL: <https://newreporter.org/2022/06/29/kak-prodvigat-mediagramotnost-opyt-finlyandii/> (дата обращения: 14.08.2025).

Санкт-Петербургский государственный университет

Игнатьева О. А., кандидат социологических наук, доцент кафедры политического управления

E-mail: olga7919@mail.ru

Saint Petersburg State University
Ignatjeva O. A., Candidate of Sociological Sciences,
Associate Professor of the Political Governance Department
E-mail: olga7919@mail.ru