

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.143.31>

## ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ДОВЕРИЯ К НАУЧНОМУ ВИДЕОКОНТЕНТУ НА МЕДИАПЛАТФОРМЕ YOUTUBE

Научная статья

Даутова Р.В.<sup>1\*</sup>, Кожевникова Э.А.<sup>2</sup>

<sup>2</sup>ORCID : 0009-0007-3598-6163;

<sup>1,2</sup>Казанский Федеральный университет, Казань, Российская Федерация

\* Корреспондирующий автор (rvagiz[at]yandex.ru)

### Аннотация

Автор в данной статье исследует особенности формирования доверия зрителей к научному видеоконтенту на медиаплатформе YouTube и факторов, влияющих на данный процесс. Также рассматриваются критерии, которые влияют на достоверность видеоконтента научного содержания и определяют надежность и авторитетность представленной информации, а также то, как эти факторы влияют на восприятие зрителями содержания.

В исследовании используется метод онлайн-опроса потенциальной аудитории на платформе Google Forms. Опрос направлен на выявление уровня доверия к информации в зависимости от жанра видеоконтента и целей его поиска. Полученные результаты предоставляют полезные знания о том, какие аспекты влияют на доверие зрителей к научному видеоконтенту.

**Ключевые слова:** научный видеоконтент, доверие, достоверность, информация, медиаплатформа YouTube.

## SPECIFICS OF BUILDING TRUST IN SCIENTIFIC VIDEO CONTENT ON THE YOUTUBE MEDIA PLATFORM

Research article

Dautova R.V.<sup>1\*</sup>, Kozhevnikova E.A.<sup>2</sup>

<sup>2</sup>ORCID : 0009-0007-3598-6163;

<sup>1,2</sup>Kazan Federal University, Kazan, Russian Federation

\* Corresponding author (rvagiz[at]yandex.ru)

### Abstract

In this article, the author studies the specifics of the formation of viewers' trust in scientific video content on the YouTube media platform and the factors that influence this process. It also discusses the criteria that influence the credibility of scientific video content and determine the reliability and authority of the information presented, as well as how these factors affect the viewers' perception of the content.

The study uses the method of online survey of potential audience on the Google Forms platform. It aims to identify the level of trust in information depending on the genre of video content and the purpose of its search. The results provide useful insights into what aspects influence viewers' trust in scientific video content.

**Keywords:** scientific video content, trust, credibility, information, YouTube media platform.

### Введение

В последние десятилетия наблюдается ускорение научно-технического развития, что сокращает временные интервалы между новыми научными и технологическими достижениями. В результате за одно поколение происходит несколько значительных технологических изменений. Прогресс в науке и технике является важным фактором влияния на образ жизни людей.

Так высокая скорость распространения информации в Интернете, отсутствие системы запретов на тиражирование любой новой информации в сети и ее доступность широкой аудитории – все это привлекает потребителей, использующих медиаплатформу для разных целей, как информационных, познавательных и развлекательных, так и для профессиональных. В условиях перманентной медиатизации многих сфер жизни возрастает актуальность проблемы достоверности информации.

Большинство современных исследователей связывают эту проблему с таким феноменом, как фейковая информация, и с необходимостью обеспечения защиты от нее в условиях цифровой трансформации общества. А.П.Иванова [3], В.С.Клементьева [4], А.Г.Титова [6], Э.Э.Шульц [7] и другие обращают внимание на природу Интернета и те условия, которые способствуют, с одной стороны, интеллектуальному и творческому прогрессу, с другой стороны – появлению большого количества фейковых данных. Проблемой увеличения потока фейковых новостей активно занимаются и зарубежные исследователи, например, D.K.Citron [8], R.Delfino [9], E. Kocsis [10], M. Mullen [11].

Возможность обмена данными в Интернете можно отнести к достижениям человечества, сопряженными с определенным уровнем свободы слова и созданием динамичного рынка идей. Обмен информацией способствует инновациям, которые обладают кумулятивным характером, так как большинство изобретателей опираются на работы своих предшественников. Кроме того, распространение информации способствует формированию общественного аппарата, регулирующего социальные нормы, с помощью него люди выражают согласие или несогласие с теми или иными мыслями [4, С. 467].

Однако огромным минусом информационного прогресса стало массовое распространение ненадежной «фейковой» информации. Э. Шульц в своей работе отмечает, что фальшивые данные – это «явление, которое распространилось больше в наше время в связи с медиатизацией общества, и это имеет под собой большую основу» [7, С. 268].

Если рассматривать данную проблему в контексте нашей темы, то можно констатировать, что дезинформация в Интернете ставит под серьезную угрозу знания, когда-либо полученные человеком. Особенно это явление опасно в сфере науки. Ошибки, совершенные из-за неверных данных, могут оказаться фатальными.

Ключевым фактором доверия к информации является уверенность в её достоверности. Так как в настоящее время велика вероятность, что информация в Интернете может быть недостоверной, люди не испытывают сильного доверия к доступному научному контенту. При отсутствии знаний в определенной предметной области трудно отличить достоверную информацию от ложной, а значит, на формирование доверия потребителя может влиять также и убедительность подачи информации [2].

Достоверность, как когнитивная единица, состоит из таких базовых понятий, как истина (соответствие содержания высказывания действительности), искренность (откровенность субъекта речи, намерение быть правдивым, как исходное условие возникновения доверия) и доверие (к говорящему субъекту и/или содержанию высказывания) [5]. И если искренность и харизму при просмотре научного видеоконтента мы считываем сразу же - по невербальным признакам, то доверие к спикеру или к его высказываниям скорее обуславливается уже имеющимися знаниями человека о предмете или об ораторе. Истину проверить труднее всего, так как людям нужно найти для проверки достоверный ресурс. Наблюдения показывают, что чаще всего потребители информации в Интернете прибегают к увеличению выборки ресурсов с информацией и вычлениению «общего знаменателя» – смотрят несколько источников и доверяют только тем данным, которые везде совпадают.

К научному видеоконтенту в Интернете чаще всего прибегают, как к источнику более упрощенных и доступных, наглядных знаний. В комментариях к научным роликам чаще всего встречаются слова зрителей о «простоте и понятности материала», «легкой и интересной подаче», «наглядной 3D-визуализации» и «экспертной подаче спикера». Возникает вопрос: по каким критериям зрители понимают, что научное видео можно считать достоверным?

### Методы и принципы исследования

В ходе данной работы мы провели онлайн-опрос потенциальной аудитории на платформе Google Forms, целью которого стало выявление критериев формирования доверия к информации из научных видеороликов.

Чтобы понять, какие аспекты являются для зрителя ключевыми при потреблении научных роликов в Интернете, были подготовлены вопросы, направленные на определение следующих моментов: основного формата потребления информации; доверия к форматам презентации информации; популярности научного жанра; доверия к платформе YouTube; необходимости проверки достоверности полученных данных; целенаправленности просмотра научного видеоконтента.

Перед проведением опроса мы определили целевую аудиторию научных видеороликов. Это школьники и студенты от 15 до 24 лет, которые смотрят этот контент в качестве обучающего; люди из научного сообщества от 24 до 70 лет - для профессионального применения; люди, работающие в ненаучной сфере от 30 до 50 лет, которые смотрят эти ролики в развлекательных целях или ради расширения знаний об окружающем мире, то есть без прикладного применения. В опросе участвовало 70% женщин и 30% мужчин.

### Основные результаты

В процессе проведенного онлайн-опроса был задан вопрос, в каком виде люди чаще всего потребляют информацию, чтобы выяснить насколько популярен видеоформат в контексте поиска информации (см. Рис.1). Представленную круговая диаграмма наглядно показывает, как разница поколений влияет на предпочитаемый формат контента. Реципиенты от 17 до 25 лет чаще обращаются к информации в формате видео. Реципиенты более старшего возраста (от 25 до 45 лет) больше доверяют текстовому формату изложения.

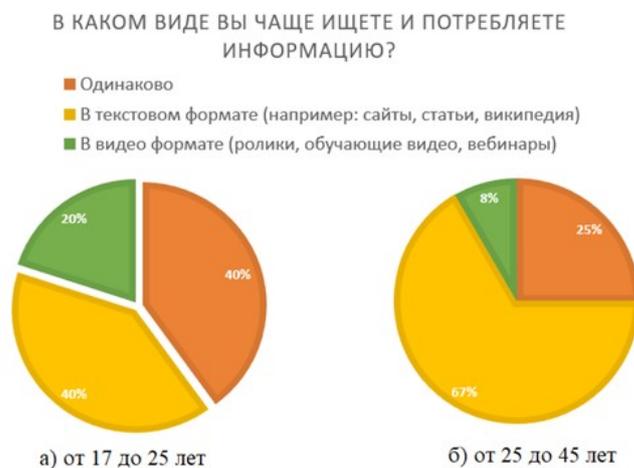


Рисунок 1 - Вид потребления информации на YouTube в зависимости от возраста  
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.143.31.1>

Далее нами было выявлено, что интернет-аудитория проявляет более высокий уровень доверия к видеоформату при выступлении перед ней известного им профессора, а также к текстовому виду информации, представленной в книгах (см. Рис.2). Вероятнее всего, это объясняется тем, что книга в данном случае выступает в качестве первоисточника информации, что придает ей большую достоверность в глазах аудитории. Можно сделать предположение, что на доверие пользователей научного контента в Интернете влияет репутация ресурса, который они просматривают, а также степень известности человека, излагающего информацию. Известный человек всегда вызывает повышенное доверие, особенно если точки зрения спикера и потребителя сходятся. Это доверие, по мнению философа О.Е.Быковой, построено на так называемой «идентификации», которая вытекает из эмпатии и ощущения сходства: он мыслит так же, как и я, я его понимаю, значит, такому человеку я могу довериться [4].

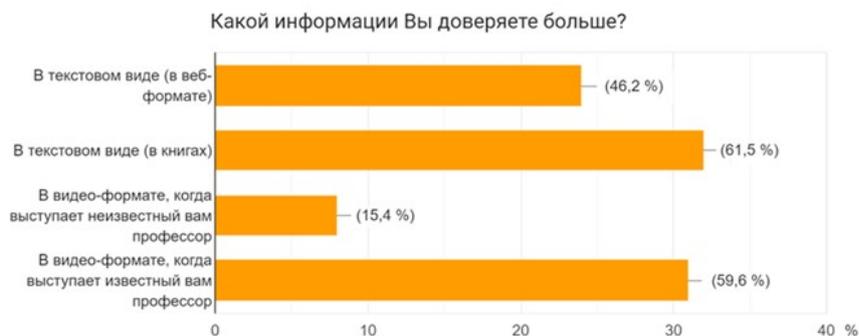


Рисунок 2 - Уровень доверия к информации на YouTube в зависимости от формата  
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.143.31.2>

Интересными оказались результаты ответов на вопрос использования платформы YouTube для просмотра именно научного контента. Этой платформе доверяют как источнику научного контента в том числе. Однако важно отметить, что научно-популярные видео пользуются спросом у большего числа опрошенных, и лишь 8% реципиентов смотрит научные видео (См. Рис. 3).

Здесь стоит уточнить различия между научным и научно-популярным стилем. Научный стиль характеризуется использованием более сложной терминологии, предназначенной преимущественно для аудитории с высоким уровнем знаний, чаще для аудитории специальной. Он ориентирован на читателя с глубоким пониманием предметной области. Научный видеоконтент представляет трудность для восприятия человеком, который, возможно, впервые сталкивается с данной темой. Научно-популярные проекты созданы с учетом максимальной понятности широкой аудитории. В них используется минимальное количество терминологии, а те термины, которые встречаются, подробно разъясняются. Это облегчает понимание материала людьми с различным уровнем подготовки и опыта в изучаемой области [1]. Отсюда можно сделать вывод, что доверие к информации также зависит от степени её понимания.

#### СМОТРИТЕ ЛИ ВЫ НАУЧНЫЙ КОНТЕНТ НА YOUTUBE

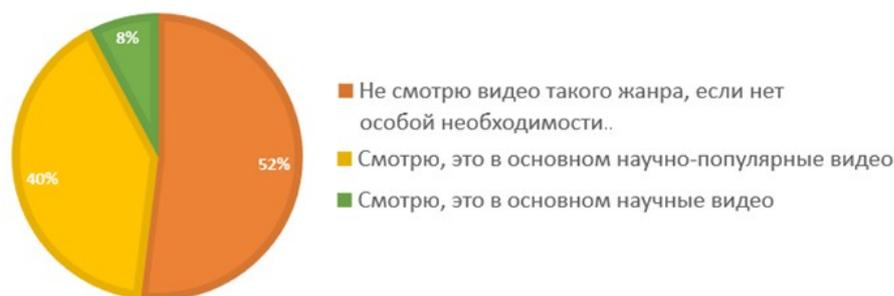


Рисунок 3 - Потребление научного видеоконтента на YouTube  
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.143.31.3>

На вопрос проверяют люди информацию, полученную из научных роликов, ~31% опрошенных ответили, что склонны проверять данные, соответственно они не доверяют информации, полученной из одного источника (см. Рис. 4). Около 27% людей абсолютно доверяют полученной информации и не проверяют её. Около 23% опрошенных будут проверять информацию только в случае, если это научно-популярный ролик, и ~20% проверят, если оратор будет недостаточно убедителен. Следовательно, зрители платформы YouTube не относят научно-популярный жанр к источникам достоверной информации. Кроме того, спикеру требуется показать свою экспертность, презентабельность, искренность и харизму, для того чтобы его выступление вызвало доверие у зрителя.

## Проверяете ли Вы информацию, которую узнали из научного ролика?

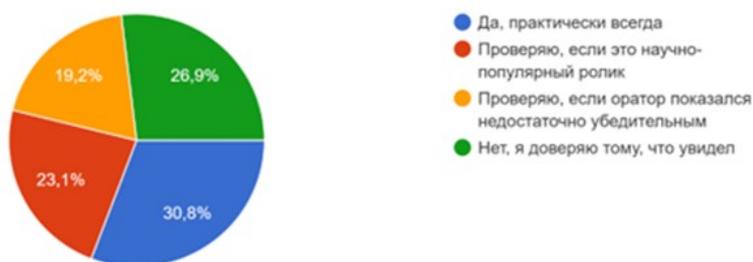


Рисунок 4 - Потребность проверки научного контента на YouTube  
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.143.31.4>

Около 44% опрошенных больше верит информации, которую они ищут специально, нежели той, что случайно попала в их выборку. Остальные реципиенты считают, что их ощущение доверия к информации не зависит от намеренности её поиска. Это можно объяснить, на наш взгляд, тем, что человек, который целенаправленно ищет подобную информацию, уже приблизительно знает, что хочет увидеть. А значит, когда он найдет информацию, то у него возникнет то же самое чувство идентификации и эмпатии, о котором мы говорили ранее.

### Заключение

Таким образом, проанализировав результаты онлайн-опроса, мы можем выделить следующие критерии доверия человека к научному видеоконтенту: официальность и историческая репутация ресурса, с которого была взята информация; актуальность и понятность презентуемой информации - она должна быть истинной, доказуемой, донесенной доступным способом и не устаревшей; экспертность, как смотрящего видеоролик, так и повествующего человека, в данной предметной области; харизматичность, известность (популярность) и презентабельность спикера и наличие у смотрящего намерения поиска информации. Если при создании и публикации научного видеоролика учтены все эти критерии, то можно сделать вывод, что человек будет склонен доверять полученной информации и ему не потребуется перепроверка. Важно при этом учесть, что информация будет считаться достоверной для реципиента, но может не являться таковой на самом деле.

### Конфликт интересов

Не указан.

### Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

### Conflict of Interest

None declared.

### Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

### Список литературы / References

1. Азимов Э.Г. Новый словарь методических терминов и понятий / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин // Теория и практика обучения языкам. — Икар, 2009. — С. 448.
2. Быкова О.Е. Феномен доверия в философии Адама Селигмена / О.Е. Быкова // Этическая мысль. — Москва, 2020. — С. 130-141.
3. Иванова А.П. Дезинформация в интернете: поиск баланса в борьбе с фальшивыми новостями / А.П. Иванова // Образование и право. — Москва, 2023. — № 2 — С. 342-347.
4. Клементьева В.С. К вопросу об ответственности за размещение «фейковых новостей» и оскорбление государственных органов в киберпространстве / В.С. Клементьева // Вестник Московского университета МВД России. — Москва, 2019. — № 5. — С. 78-81.
5. Панченко Н.Н. Достоверность как коммуникативная категория / Н.Н. Панченко. — Волгоград: Перемена, 2010. — С. 322.
6. Титова А.Г. Слухи и фейковые новости как фактор дестабилизации социально-политической обстановки: опыт противодействия / А.Г. Титова // Журнал исторических, политологических и международных исследований. — Донецк, 2022. — № 3 (82) — С. 167-172.
7. Шульц Э.Э. Фейковые новости в современных коммуникационных процессах / Э.Э. Шульц // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. — Москва, 2019. — Т. 9. — № 3. — С. 262-273.
8. Citron D.K. Cyber mobs, disinformation, and death videos: the Internet as it is (and as it should be) / D.K. Citron // Michigan law review. — Ann Arbor, 2020. — Vol. 118. — № 6. — P. 1073-1094.
9. Delfino R. Deepfakes on trial: a call to expand the trial judge's gatekeeping role to protect legal proceedings from technological fakery / R. Delfino // Hastings Law Journal. — San Francisco, 2023. — Vol. 74. — № 2. — P. 293-348.

10. Kocsis E. Deepfakes, shallowfakes, and the need for a private right of action / E. Kocsis // Dickinson law review. — Carlisle, 2022. — Vol. 126. — № 2. — P. 621-650.
11. Mullen M. A new reality: deepfake technology and the world around us / M. Mullen // Mitchell Hamline law review. — Saint Paul, 2022. — Vol. 48. — № 1. — P. 210-234.

### Список литературы на английском языке / References in English

1. Azimov Je.G. Novyj slovar' metodicheskikh terminov i ponjatij [New Dictionary of Methodological Terms and Concepts] / Je.G. Azimov, A.N. Shhukin // Teorija i praktika obuchenija jazykam [Theory and Practice of Language Teaching]. — Ikar, 2009. — P. 448. [in Russian]
2. Bykova O.E. Fenomen doverija v filosofii Adama Seligmena [The Phenomenon of Trust in the Philosophy of Adam Seligman] / O.E. Bykova // Jetcheskaja mysl' [Ethical Thought]. — Moscow, 2020. — P. 130-141. [in Russian]
3. Ivanova A.P. Dezinformacija v internete: poisk balansa v bor'be s fal'shivymi novostjami [Disinformation on the Internet: finding a balance in the fight against fake news] / A.P. Ivanova // Obrazovanie i pravo [Education and Law]. — Moscow, 2023. — № 2 — P. 342-347. [in Russian]
4. Klement'eva V.S. K voprosu ob otvetstvennosti za razmeshhenie «fejkovyh novostej» i oskorblenie gosudarstvennyh organov v kiberprostranstve [On the issue of responsibility for posting 'fake news' and insulting state bodies in cyberspace] / V.S. Klement'eva // Vestnik Moskovskogo universiteta MVD Rossii [Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia]. — Moscow, 2019. — № 5. — P. 78-81. [in Russian]
5. Panchenko N.N. Dostovernost' kak kommunikativnaja kategorija [Credibility as a communicative category] / N.N. Panchenko. — Volgograd: Peremena, 2010. — P. 322. [in Russian]
6. Titova A.G. Sluhi i fejkovyje novosti kak faktor destabilizacii social'no-politicheskoj obstanovki: opyt protivodejstvija [Rumours and fake news as a factor of destabilization of socio-political situation: experience of counteraction] / A.G. Titova // Zhurnal istoricheskikh, politologicheskikh i mezhdunarodnyh issledovanij [Journal of Historical, Political and International Studies]. — Doneck, 2022. — № 3 (82) — P. 167-172. [in Russian]
7. Shul'c Je.Je. Fejkovyje novosti v sovremennyh kommunikacionnyh processah [Fake news in modern communication processes] / Je.Je. Shul'c // Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Serija: Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie [Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: State and Municipal Management]. — Moscow, 2019. — Vol. 9. — № 3. — P. 262-273. [in Russian]
8. Citron D.K. Cyber mobs, disinformation, and death videos: the Internet as it is (and as it should be) / D.K. Citron // Michigan law review. — Ann Arbor, 2020. — Vol. 118. — № 6. — P. 1073-1094.
9. Delfino R. Deepfakes on trial: a call to expand the trial judge's gatekeeping role to protect legal proceedings from technological fakery / R. Delfino // Hastings Law Journal. — San Francisco, 2023. — Vol. 74. — № 2. — P. 293-348.
10. Kocsis E. Deepfakes, shallowfakes, and the need for a private right of action / E. Kocsis // Dickinson law review. — Carlisle, 2022. — Vol. 126. — № 2. — P. 621-650.
11. Mullen M. A new reality: deepfake technology and the world around us / M. Mullen // Mitchell Hamline law review. — Saint Paul, 2022. — Vol. 48. — № 1. — P. 210-234.