

**Веселов Юрий Витальевич**

д-р социол. наук, профессор, заведующий кафедрой

**Белова Мария Владимировна**

канд. социол. наук, ассистент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»

г. Санкт-Петербург

DOI 10.31483/r-99202

## **ДОВЕРИЕ В ОБЩЕСТВЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

***Аннотация:** что представляет собой цифровой мир? Как работает доверие в новом цифровом мире? В чем его отличие по сравнению с предыдущими типами доверия? Все эти вопросы в центре внимания данной статьи. В первой части работы рассматривается, как социологи характеризуют цифровое общество, что составляет его принципиальные отличия от общества индустриального и постиндустриального. Характерная черта цифровизации – ее всеохватность: все сферы человеческой деятельности, индивидуальные и коллективные, формируются новым технологическим способом. Показано, что самый главный эффект цифровизации – фундаментальное изменение структуры социального времени сквозь призму как затрат, так и результатов. Во второй части статьи раскрыты процессы трансформации доверия – от доверия патриархального и личностного типа к доверию безличному, ролевому и институциональному; затем – к доверию сетевого типа и цифровому доверию. Цифровой мир расширяет наши возможности и меняет функционирование доверия в социальной и экономической жизни – радиус доверия значительно расширяется, количество социальных связей возрастает, хотя они становятся все более слабыми, кратковременными, хрупкими и удаленными. Функционально в экономике цифровое доверие снижает трансакционные издержки (издержки обмена), а в социальном мире – издержки социального взаимодействия. В третьей части статьи рассмотрены проблемы доверия в цифровом мире применительно к России. Россия занимает предпоследнее место в рейтинге Digital Society Index 2019, показывающем уровень цифрового доверия. Россияне считают, что их базовые*

*цифровые потребности (доступ к цифровому контенту и доверие к информации) не удовлетворяются должным образом, а цифровой мир не служит для улучшения общества и не предоставит им возможности карьерного роста. Доверие россиян к цифровому миру также наталкивается на препятствие в виде низкой цифровой грамотности. Парадоксально, что при таком низком доверии к цифровым технологиям масштабы их использования россиянами расширяются.*

**Ключевые слова:** межличностное доверие, институциональное доверие, цифровая экономика, цифровое доверие, структура социального времени.

*РФФИ, грант 20–011–00155 А*

Ни для кого не секрет, что современное общество насквозь пронизано цифровыми технологиями. Без телефона под рукой мы чувствуем себя неуверенно, часто потерянно и оторванными от жизни, не покидаем свое поле, в котором находились. Человек скорее предпочтет купить новый гаджет, сэкономив зачастую на другом необходимом. Это неудивительно, ведь жизнь наша теперь проходит в двух разных, и, вместе с тем, очень переплетенных собой мирах: виртуальном и реальном. Виртуальный мир (цифровой мир) захватывает нас с необыкновенной легкостью и уверенностью одновременно.

Цифровые технологии и интернет создали пространство принципиально нового характера, в котором протекает наша с вами повседневная жизнь и работа, досуг, сфера экономики и общественная жизнь. Смартфон же дает нам выход в это поле, в котором мы зачастую «зависаем», отрываясь от реалий. В то же время уже неясно, какой мир более реален, виртуальный или реальный, в котором из этих двух миров чаще пребывает наше сознание. Зачастую мы доверяем или не доверяем этому миру подсознательно, интуитивно или спонтанно, не основываясь, а зачастую, – наоборот, осмысленно, логично и изучив досконально то поле, на которое пытаемся проникнуть при помощи гаджета. Вопрос доверия к цифровым технологиям, таким образом, представляется чрезвычайно актуальным в настоящее время.

Что же такое доверие? Нам, как исследователям, более близко оказалось понятие доверия, описанное следующим образом. Доверие, так называется психическое состояние, в силу которого мы полагаемся на какое-либо мнение, кажущееся нам авторитетным, и потому отказываемся от самостоятельного исследования вопроса, могущего быть нами исследованным. Итак, Д. отличается как от веры, так равно и от уверенности. Вера превышает силу внешних фактических и формально-логических доказательств, доверие же касается вопросов, находящихся в компетенции человеческого познания; доверяется тот, кто не хочет или не может решить или сделать чего-либо сам, полагаясь или на общепризнанное мнение, или на авторитетное лицо. Уверенность есть сознание собственной силы и состоит в доверии к истинности своего знания или правоте своего дела, доверие к кому-то или чему-то, напротив, проистекает из сознания слабости, неуверенности в себе, признания авторитета [1].

Встает вопрос, почему мы зачастую предпочитаем не сами исследовать цифровой мир, а довериться ему и тем авторитетам, которые его создают и развивают? В чем причины? Мы назовем всего несколько:

1. Перераспределение социального времени.
2. Экономия сил.
3. Удобство (в том числе хранения данных).
4. Чувство сопричастности и равенства к происходящему в цифровой реальности и попытки использования ее и влияния на нее разных социальных групп.
5. Снижение транзакционных издержек в ходе заключения сделок.

Самый главный эффект цифровизации – фундаментальное изменение структуры социального времени сквозь призму затрат и результатов. Однако, перераспределение времени не всегда приводит к тому, что свободное время используется эффективно – люди все больше времени уделяют цифровым медиа, что называется «зависают».

Во многих странах, начиная с 1950-х гг. городское население превышает сельское. Патриархальное традиционное доверие личностного типа, распространенное в крестьянских сообществах, уходит в прошлое. Его место занимает

безличное институциональное доверие, в сравнении с сельскими сообществами его задача принципиально другая – весь мир городского человека наполнен разными «чужими»: незнакомыми людьми, с которыми необходимо выстраивать социальные отношения. Для этого необходимо формировать безличное, ролевое и функциональное доверие. Однако вскоре само институциональное доверие также трансформируется. Вместо жестких иерархических конструкций в постиндустриальной экономике появляются сетевые организации, в которых главными становятся не вертикальные, а горизонтальные социальные связи. Так появляется сетевое доверие, природу которого объясняет М. Грановеттер [12].

Как трансформируется доверие? Например, сетевое доверие в современном цифровом мире меняет свою форму – теперь это сетевое доверие в социальных сетях (типа Facebook, ВКонтакте, LinkedIn, What's App, Instagram и др.). Здесь часто не предполагается даже личное знакомство или взаимодействие индивидов – так называемым «другом» может быть совсем незнакомый прежде человек, возможно из другой страны, который активно реагирует на ваши посты, оставляет комментарии или ставит лайки. Это «слабые связи», которые Грановеттер характеризует: а) незначительным временем общения; б) низкой эмоциональной интенсивностью общения; в) неразвитой реципрокностью взаимодействия; г) невысоким уровнем доверия (*mutual confiding*) [19]. Однако «сила слабых связей» как раз в том, что именно они создают в нашем мире необходимый (расширенный) для современного человека круг общения – посредством него индивид находит как работу, так и партнера для отношений. Именно «слабые связи» теперь производят и воспроизводят цифровое доверие.

Посты в сети движутся с большой скоростью, все время новое актуализируется. Так постепенно реформируется способ социальных взаимодействий – теперь уже социальность, а не только информация, становится потоковой. Еще более это утверждение актуально для молодежи. Как показало исследование Сбербанка агентства Validata в 2016 г., средний период концентрации внимания представителя поколения Z на одном объекте составляет 8 секунд [20]. В сети сам себя индивид позиционирует так, как ему кажется выгодным, – как правило,

это образ успешного и энергичного человека. Поэтому зачастую возникает разрыв между виртуальным образом, идентичностью в сети и реальным состоянием человека (в сети обычно все хорошо, в жизни не всегда так) [21].

Из социальных сетей теперь индивид черпает новости, они не производятся специальными компаниями и продвигаются не пропагандистами телевизионных каналов, а обычными людьми – соответственно, они заслуживают большего доверия в силу личного характера и отсутствия возможной ангажированности. Доверие смещается в сторону от профессиональных производителей новостей к обычным людям (с этой точки зрения в целом роль экспертного знания и доверия к нему снижается). Количество предлагаемой информации и каналов растет – в YouTube и у других поставщиков видеоконтента – в геометрической прогрессии. Очевидно, что разобраться в этом потоке правды, полуправды и откровенных мифов трудно.

На волне появления фальшивых новостей (fake news), которые создаются специально чтобы ввести в заблуждение публику, общее доверие к информации снижается. Лишь около 50% пользователей доверяют тем медиа-брендам, к которым они предпочитают обращаться за новостями [22]. Также проблема создается с позиции технологии персонализации поиска в интернет с помощью поисковых машин (типа Google или Yandex). Например, когда два человека задают одинаковую тему в поисковике на своих компьютерах, то результаты их поиска будут определенно различаться. Потому что машинный алгоритм организует поиск на основе Big Data – всего того, что просматривалось пользователем ранее. Тогда возникает опасность, что человек теперь в этой технологии «персонализированного интернета» оказывается в ограниченном машинным алгоритмом круге информации, знания и представлений (что получило название filter bubble) [23].

В ситуации социальности, нацеленной на объект (object-centered sociality) возникает парадоксальная ситуация в доверии к техническим объектам. В смартфон помещается вся личная информация и данные, фотографии и документы, банковские мобильные приложения и кредитные карты, коммуникация и

профессиональная переписка. Люди добровольно отдают эту информацию технической системе, но при этом они весьма озабочены безопасностью хранения личной информации и защитой персональных данных. Е.Мазикова и Д.Зацепина раскрывают глобальный парадокс: даже с учетом недоверия наше население использует технологические инструменты все более интенсивно во всех аспектах своей повседневной жизни [24]. Однако появляются и новые технологии, которые снижают риск обмана в сетевом пространстве – это технология блокчейн, или технология распределенных реестров, где вся информация дублируется у всех участников сделки и изменить что-то задним числом не получится [25]. Цифровое доверие находится в центре современной экономики совместного потребления (sharing economy), когда стремление к исключению блага с помощью прав частной собственности уступает желанию пользоваться благом совместно (например, в виде краткосрочной аренды). Примеры такой формы экономики множественны: Airbnb в сфере аренды жилья или «Делимобиль» в сфере аренды автомобилей, краудфандинговые сервисы (первый в России – «Kroogi», для музыкантов, дизайнеров и фотографов). Все они предполагают феноменальное расширение круга цифрового доверия. Например, на сайте «Booking.com» множество частных владельцев недвижимости предлагают поделиться (но только временно) ею со всеми желающими, особенно с теми, кому сервис стандартных гостиниц дорог. Представить раньше такое было просто невозможно, но цифровой мир делает это реальностью – собственники доверяют нанимателям и наоборот. Между ними цифровой посредник – сама компания-агрегатор. Есть ли элементы обратной связи и корректировки доверия в этих системах? Оказывается, они теперь распространяются все больше. Например, вы можете посмотреть рейтинг водителя в системе «Yandex.Такси» или рейтинг недвижимости и отзывы на «Booking.com», что влияет на решение об оказании доверия других пользователей [26].

Не только в сфере предпринимательства расширяется сфера цифрового доверия, государство также предлагает цифровые сервисы (сайт «Госуслуги» или личный кабинет на сайте Налоговой службы РФ), тем самым заставляя

пользователей активнее включаться в цифровой мир. Такие цифровые услуги кардинально сокращают время на каждую транзакцию с государственными органами, что и заставляет граждан более активно их использовать, а опыт успешного использования расширяет доверие государственным институтам вообще. Например, в 2020 г. в Петербурге почти 60% заявок в первые классы были поданы в электронном виде, а в 2017 г. этот уровень был только 30% [27].

Итак, подведем некоторый итог: 4 млрд людей на планете используют Интернет; почти вся территория земного шара предоставляет доступ к мобильному Интернету; 90% детей уже в 2 года умеют пользоваться планшетом; 40% детей до 10 лет, что в США, что в России, практически все время находятся онлайн. Понятно, что люди по-разному относятся к цифровому миру: некоторые доверяют ему полностью и пользуются всеми информационными ресурсами; другие относятся к нему слишком настороженно; третьи не имеют базовых навыков использования цифровых технологий. Существует большое неравенство в отношении доступа к цифровым технологиям, особенно в развивающихся странах. Однако в любом случае цифровой мир расширяет наши возможности и меняет функционирование доверия в социальной и экономической жизни – радиус доверия значительно расширяется, количество социальных связей возрастает, хотя они становятся все более слабыми, кратковременными, хрупкими и удаленными. С одной стороны, цифровое доверие не полностью вытесняет личностное, институциональное, сетевое доверие, а сосуществует с ними (например, вы, как и прежде, доверяете своим близким друзьям в личном общении, но также у вас появляются новые «друзья» в сетевом мире). С другой стороны, под воздействием цифровизации личностное, институциональное, сетевое доверие преобразуется (например, вы как и прежде доверяете/не доверяете традиционным институтам государства – полиции, судам, налоговым службам и т. д. – но когда появляется «цифровое правительство» вместе с ним возникает новое измерение институционального доверия, и часто оно в пользу государства – вдруг традиционно тяжелое «общение» с ним становится значительно более легким). Некоторые отрасли экономики (например, банковское дело с приложениями

мобильного банка) кардинально преобразованы под воздействием цифровизации, доверие к ним существенно возрастает.

### ***Список литературы***

1. Брокгауз Ф.А. Энциклопедический словарь / Ф.А. Брокгауз, И.А. Ефрон. – СПб.: Брокгауз-Ефрон, 1890–1907.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
3. Кнорр-Цетина К. Эпистемика информации: модель потребления / К. Кнорр-Цетина; пер. с англ. В.И. Дудиной // Экономическая социология: теория и история. – СПб.: Нестор-История, 2012. – С. 605–633.
4. Кнорр-Цетина К. Объектная социальность: общественные отношения в постсоциальных обществах / К. Кнорр-Цетина; пер. с англ. В.И. Дудиной // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2002. – Т. 5, №1. – С. 101–124.
5. Кнорр-Цетина К. Рынок как объект привязанности: исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках / К. Кнорр-Цетина, У. Брюггер // Экономическая социология. – 2005. – Т. 6, №2. – С. 29–49.
6. Латур Б. Об интеробъективности / Б. Латур // Социологическое обозрение. – 2007. – Т. 6, №2. – С. 79–96.
7. Сивков Д. Дигитальная социология: напряжения, неопределенности, нерешенные проблемы / Д. Сивков // Социология власти. – 2018. – Т. 30, №3. – С. 8–13.
8. Lupton D. (2012) Digital Sociology: An Introduction. Sydney: University of Sydney.
9. Lupton D. (2015) Digital sociology. London: Routledge.
10. Digital Sociology: Critical Perspectives / eds K. Orton-Johnson, N. Prior. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2013.
11. Digital Sociologies / eds J. Daniels, K. Gregory, C.T. McMillan. Bristol: Policy Press, 2017.
12. Granovetter M. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. Vol. 91, no. 3. P. 481–510.



13. Williamson O.E. (1993) Calculativeness, Trust, and Economic Organization // Journal of Law and Economics. Vol. 36, no. 1. P. 453–486.
14. Kollock P. The Production of Trust in Online Markets // Advances in Group Processes. Vol. 16 / eds E.J.Lawler, M.Macy, S.Thyne, & H.A.Walker. Greenwich, CT: JAI Press, 1999. URL: <https://smg.media.mit.edu/library/kollock1999.html> (дата обращения: 02.02.2020).
15. Connolly B. (2020) Digital Trust: Social Media Strategies to Increase Trust and Engage Customers. London: Bloomsbury Publishing.
16. Frenehard T. Building Digital Trust: What Does It Really Mean. URL: <https://www.digitalistmag.com/finance/2019/10/29/building-digital-trust-what-does-it-really-mean-06201132> (дата обращения: 02.02.2020).
17. Coleman J. (1990) Foundations of Social Theory. Cambridge, MA: CUP.
18. Chakravorti B., Chaturvedi R. S., Bhalla A. (2018) The 4 Dimensions of Digital Trust // Harvard Business Review. No 2. URL: <https://hbr.org/2018/02/the-4-dimensions-of-digital-trust-charted-across-42-countries> (дата обращения: 02.02.2020).
19. Granovetter M. (1973) The Strength of Weak Ties // The American Journal of Sociology. Vol. 78, no. 6. P. 1360–1380.
20. Сбербанк исследовал, чего хочет молодежь // Интернет-журнал Futurebanking.ru. – 10 марта 2017 года. URL: <http://futurebanking.ru/post/3310> (дата обращения: 02.02.2020).
21. Лепехин Н.Н. Доверие к виртуальной идентичности в интернет-среде / Н.Н. Лепехин, А.В. Дубко // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Сер. 12: «Социология». – 2011. – №4. – С. 145–150.
22. Newman N. (2019) Digital News Report. Executive Summary. URL: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/overview-key-findings-2019/> (дата обращения: 02.02.2020).
23. Pariser E. (2011) The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think. London: Penguin Books.
24. Мазикова Е. Некоторые аспекты доверия к цифровым технологиям / Е. Мазикова, Д. Зацепина // Вызовы и возможности финансового обеспечения

стабильного экономического роста Финансы – 2019: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Севастополь: Севастопольский государственный университет, 2019.

25. Губанова С.Е. Доверие в цифровых технологиях / С.Е. Губанова // Научно-практические исследования. – 2017. – №9. – С. 41–42.

26. Ismail N. Trust in The Sharing Economy. URL: <https://www.information-age.com/trust-sharingeconomy-123469380/> (дата обращения: 02.02.2020).

27. Растет доверие петербуржцев к цифровым сервисам // Санкт-Петербург: госуслуги. URL: <https://gu.spb.ru/mfc/news/> (дата обращения: 02.02.2020).

28. Fukuyama F. (1995) Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity. London: Hamish Hamilton.

29. Uslaner E. (2002) The Moral Foundations of Trust. Cambridge, Mass.: Cambridge University Press, 298 p.

30. Veselov Y., Sinyutin M., Kapustkina E. (2016) Trust, Morality, and Markets: Rethinking Economy and Society via the Russian Case. Frankfurt am Main: Peter Lang.

31. Hosking G. (2014) Trust: A History. Oxford: Oxford University Press.

32. Мухаметшина Е. Доверие к властным институтам, «Левада-центр» / Е. Мухаметшина // Ведомости. – 12 октября 2016. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2016/10/13/660744-doverie-vlastnim-institutam> (дата обращения: 02.02.2020).

33. Абдрахманова Г.И. Индикаторы цифровой экономики, 2019: статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг. – М.: НИУ ВШЭ, 2019.

34. Бахарев И. Уровень доверия интернет-магазинам в России / И. Бахарев //Е-реpper.ru: электронный журнал. – 31 января 2019 года. URL: <https://e-repper.ru/news/uroven-doveriya-internet-magazinam-v-rossiiissledovanie.html> (дата обращения: 02.02.2020).

35. Веселов Ю.В. Доверие в цифровом обществе / Ю.В. Веселов //Вестник СПбГУ. Социология. – 2020. – Т. 13, №2.