

Доверие в цифровом обществе*

Ю. В. Веселов

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Для цитирования: *Веселов Ю. В.* Доверие в цифровом обществе // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13. Вып. 2. С. 129–143. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.202>

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: доверие, цифровое доверие, межличностное доверие, сетевое доверие, цифровое общество.

Введение

Наше новое общество проникнуто цифровыми технологиями — без мобильного телефона в кармане, который подключен к Интернету, современный житель мегаполиса на улицу не выходит. В смартфоне все: и работа, и личная жизнь, и друзья,

* Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (грант № 20-011-00155 А «Доверие в цифровом обществе и экономике»). В развернутом виде данная статья представляет собой доклад, прочитанный на Санкт-Петербургском Международном Форуме Труда (27–28 февраля 2020 г.).

и новости, и развлечения — и это все современный человек доверяет цифровой технологии. Какое самое важное социальное следствие цифровизации? Самый главный эффект — фундаментальное изменение структуры социального времени, как его затрат, так и результатов, — высвобождения времени. Ежедневно в среднем интернет-пользователь тратит 6,5 часов на «цифру» (см. статистику за 2019 г.¹). Посмотрите вокруг, везде вы увидите людей, которые уткнулись в свои гаджеты и ничего другого не замечают. Однако экономия времени еще более поразительна — в экономике цифровые технологии (например, мобильный банк) сокращают транзакционные издержки за счет уменьшения времени на экономическую транзакцию (сделку). В отношениях с государством (например, сайт «Госуслуги») также сокращается время ожидания и проведения транзакции. Так же кардинально снижается время ожидания в системе поиска романтических отношений (дэйтинг-сервисы создают 26 млн пар ежедневно). И это не все — некоторые отрасли экономики (например, такси типа «Uber» или аренда квартир типа «Airbnb») благодаря цифровым приложениям и цифровому доверию полностью переформатированы, они теперь работают принципиально по-другому. И мы видим, что сокращаются не только транзакционные издержки, но и под воздействием глобальной конкуренции снижаются цены.

Благодаря новым технологиям переформируются базовые социальные отношения — например, отношения равенства/неравенства. С одной стороны, цифровизация уравнивает бедных и богатых в их доступе к Интернету, а, следовательно, к главному ресурсу — информации. С другой стороны, остаются те, кто теперь полностью исключен из этого цифрового мира и его ресурсов (например, старшее поколение или те, кто не способен освоить цифровую грамотность). Раз меняется социальная жизнь, безусловно меняется и доверие. Современный человек не знает, кому теперь верить — телевидению или YouTube? Можно ли при покупке доверять деньги и свою кредитную карту тому или иному сайту? Как защищена наша личная информация? Как противостоять новому цифровому типу мошенничества? Все эти вопросы заставляют по-новому взглянуть на проблему риска и доверия: ведь доверие, как утверждал Н. Луман, и есть решение проблемы риска [1].

В данной статье автор дает ответы на вопросы, что такое «цифровое общество» и «цифровое доверие»; каковы его социальные функции; чем оно отличается от прежних форм доверия (как расширяется радиус доверия и изменяется характер доверия).

Понятие цифрового общества

В 1990-х гг. социологи начинают говорить об информационном или цифровом обществе. М. Кастельс в работе «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» (1996–2000 гг.) подчеркивает, что получение, обработка и передача информации становятся основными источниками производительности. Конкурентоспособность фирмы, региона или нации зависит от их способности генерировать, эффективно обрабатывать и использовать информацию. Сущность информационно-технической революции в формировании новой технологии воздействия на информацию. Ее фундаментальное отличие во всеохватности — все сферы челове-

¹ We are social: Global Digital Report. 2019. URL: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (дата обращения: 02.02.2020).

ческой деятельности, индивидуальные и коллективные, формируются новым технологическим способом. Эта информационная система подчинена сетевой логике. Именно морфология сети хорошо приспособлена к растущей сложности глобальных взаимодействий [2, с. 77]. Кастельс, продолжая развивать идеи М. Вебера, говорит о «духе информационализма», который основан на том, что «...новые рабочие и менеджеры, связанные друг с другом вокруг трудовых задач и результатов, способны говорить на одном и том же языке — цифровом языке» [2, с. 146]. Однако прощания с капитализмом не произошло, Кастельс говорит лишь о его новом виде — информационном капитализме, подчеркивая разрыв между технологическим развитием общества и его социальным недоразвитием.

Сетевое общество у Кастельса характеризуется как потоковое: «...оно построено вокруг потоков: капитала, информации, технологий, организационного взаимодействия, изображений, звуков и символов. Потоки есть не просто один из элементов социальной организации, они являются выражением процессов, доминирующих в нашей экономической, политической и символической жизни» [2, с. 385]. Цифровой язык создает новые формы культуры. Теперь мы воспринимаем реальность так, как декодируют ее новейшие средства массовой коммуникации (например, в сетях Интернет). Как телевидение, став культурным эпицентром общества, в свое время потеснило радио, переформатировало печатные издания и кино, так и Интернет вытесняет телевидение и изменяет язык массовых коммуникаций.

В 2000-е гг. социологи стали обращать внимание на характер знания в цифровом мире. К. Кнорр-Цетина подчеркивает, что научное знание не теряет своих свойств в процессе потребления. Истинное знание — это «товар, который не подвержен старению». А вот информация устаревает — как утренние новости, так и курс обмена валют или текущие биржевые индексы. Кнорр-Цетина называет подобный вид информации «информационным знанием». Оно тоже потоковое по своей природе, постоянно изменяемо, оно «истончается, обесценивается и устаревает», его ценность в его текущем характере (кому нужен позавчерашний курс обмена валют?). Эта замена знания не связана с опровержением устаревших научных положений (что предполагает процесс деконструкции старого знания, то есть его критику, выдвижение новых аргументов и создание альтернативных концепций объяснения, более приближенных к реальности). Наоборот, информационное знание, не предполагая общественный консенсус по поводу отказа от него, просто заменяется новым с течением времени [3]. Реальность в этом мире потоковой информации становится news-indexed, то есть маркированной новостями. Причем в новостях вполне может быть представлена и недостоверная информация (например, слухи и домыслы), которые имеют вполне реальные последствия. Однако более важно другое — люди теперь взаимодействуют друг с другом на основе интерпретации этой потоковой (то есть принципиально не завершенной) информации. Человек как субъект постоянно нацелен на получение нового знания (информационного), то есть на объект, или если сформулировать по-другому — субъект артикулируется объектом. Кнорр-Цетина называет этот процесс «объектно-центрированной социальностью» (object-centered sociality) [4].

Еще одна новая черта этого общества знания — постсоциальные формы отношений, то есть ориентация субъекта (человека) не на других субъектов, а на объект. «Все эти формы объединяет вовлеченность в “объектные отношения” [object-

relations] с неживыми вещами, которые начинают конкурировать с человеческими отношениями и в определенной степени заменяют их» [5]. Отношения к объекту вполне социальные. Например, привязанность, иногда переходящая в зависимость (на факультете социологии СПбГУ мы поставили эксперимент: студентам надо было отказаться от пользования мобильным телефоном — так вот, самым большим достижением были 3 дня. Но самый интересный результат эксперимента — фантом телефона. Его нет, но все слышат, как он звонит).

Б. Латур говорит о такой категории феноменологической социологии как интеробъективность — способность объектов выстраивать отношения друг с другом, противопоставляя ее интересубъективности — способности людей иметь сходные перспективы мышления. Для него «...социология слишком быстро переходит от взаимодействия к структуре... Не заблуждаются ли социологи, пытаясь сделать социальное из социального, подлатав его символическим, не замечая присутствия объектов в тех ситуациях, в которых они ищут лишь смысл? Почему социология у них остается безобъектной?» [6]. Объектам в социальной теории XIX в. доставалась лишь роль фетишей (как будто сами они ничего не значат, на них лишь только проецируется социальность), на самом деле они «выполняют определенную работу» в производстве социальных отношений. Социальное взаимодействие всегда разделяется или опосредуется актантами («не-человеками»). Еще в большей степени мы видим актуальность этого положения Латура в цифровом мире. Теперь никакое социальное взаимодействие не происходит без участия самого важного актанта в нашей жизни — смартфона — в котором и сеть контактов, и коммуникация, и социальная сеть с друзьями, и банковские счета, и все прочее. Для современного человека потеря такого объекта — настоящая социальная катастрофа. Кажется, что у вещей, которые работают за нас, есть свои собственные интересы. Мы можем вступать с ними в какие-то переговоры или соглашения, но итог подобных взаимодействий не всегда будет предсказуем [7].

В 2010-е гг. в социологии начинается тематизация направления «дигитальная или цифровая социология» (Digital Sociology, вместо ранее распространенных The Sociology of the Internet, The Sociology of Online communities, The Sociology of Cyberculture). В 2012 г. появился небольшой текст «Digital Sociology: An Introduction» [8] австралийского социолога Д. Лаптон, и потом в 2015 г. вышла ее книга на эту тему [9]. В 2013 г. также был опубликован сборник работ английских социологов [10]. В этих работах подчеркивается, что повседневная жизнь людей теперь наполнена цифровыми технологиями — вместо стационарных компьютеров у каждого теперь смартфон с постоянно подключенным Интернетом; человек теперь всегда «на связи», постоянно в системе коммуникации и мониторинга новостей (или прогноза погоды, например); цифровые технологии вездесущи, они используются для профессиональной деятельности и отдыха, для покупок и рекламы, для медицины и поиска работы. Цифровизация создает огромный поток хранимой информации (что называется Big Data), который теперь социология может (и должна) использовать. Поэтому опросы, бывшие основным методом получения информации в социологии, уступают свое место анализу данных, значит, меняется и сама социология в этом цифровом обществе.

Цифровая социология исследует как меняется социальная структура под влиянием новой технологии (равенство-неравенство; профессиональная структура;

структура пространства и времени); отношения власти и подчинения; саморепрезентация и идентичность; семейная жизнь и интимные отношения; знание и образование; занятость и труд. Самое большое внимание уделяется проблемам неравенства, что получило название цифровой разрыв (digital divide). Даже в развитых странах, не говоря уже о развивающихся, есть определенная часть населения, так называемые «цифровые безграмотные» (digital illiterates) — пожилые люди; мигранты; бедные люди, не обладающие цифровой грамотностью — для которых доступ к Интернету и социальным сетям ограничен по объективным или субъективным причинам. Значит, они не имеют возможности использовать ресурсы цифрового общества. Они исключаются из этого общества, и это социальное исключение закрепляется. Так создается новое цифровое неравенство, которое теперь добавляется к другим видам социального неравенства [11]. Однако есть и обратная тенденция. Посредством цифровых технологий равенство в использовании информации существенно расширяется — никогда прежде в истории человечества у людей не было такого доступа к знаниям как общественному благу. Цифровые технологии проникают в такие социальные пространства, в которые доступ привычных благ индустриального общества все еще затруднен (например, в трущобах Мумбаи в Индии, где обитает половина населения 20-миллионного города, нет доступа к чистой воде и канализации, зато есть доступ к мобильному Интернету).

Перераспределение времени не всегда приводит к тому, что свободное время используется эффективно — люди все больше времени уделяют цифровым медиа (что называется, «зависают»). Тем не менее, вместо популярных сетований на то, что люди теперь жертвуют непосредственным социальным общением ради общения в сети (что получило название «цифровой аутизм»), социология подчеркивает, что *новые цифровые приборы и технологии становятся конституирующим фактором современной культуры и переформатируют социальность*. Выражение своей индивидуальности (а цифровое общество еще сильнее создает «общество индивидов»), конструирование идентичности, включенность в социальные движения происходят посредством социальных сетей. Цифровое переформатирование социальности не может не повлиять на отношения доверия/недоверия в современном обществе, рассмотрим теперь более подробно этот вопрос.

Трансформация доверия: от личностного и институционального — к сетевому и цифровому доверию

Во многих странах 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 вертикаль-

ные, а горизонтальные социальные связи. Так появляется сетевое доверие, природу которого объясняет М. Грановеттер [12].

Как в экономической науке объясняется институциональное доверие? В неоклассической экономической науке доверие вообще не принимается во внимание, все экономические агенты ведут себя исключительно по-джентельменски, никто никого не обманывает. В новой институциональной экономической теории (Р. Коуз, О. Уильямсон, Д. Норт) обман или оппортунистическое поведение наконец получает право на существование. Доверие существует потому, что эффективно работающие институты ставят прочный заслон попыткам обмана или мошенничества [13]. То есть экономический агент рационально понимает и рассчитывает возможность применения санкций к нему в случае попытки мошенничества или обмана, поэтому сознательно воздерживается от обмана. Следовательно, таким агентам можно доверять.

Грановеттер подчеркивает другую сторону этого процесса — люди не обманывают друг друга в рыночных отношениях потому, что они зачастую лично знают друг друга, они дорожат своей репутацией, они рассчитывают на длительные и повторяющиеся сделки; у них есть прочная сеть персонифицированных отношений, которая помогает бизнесу и препятствует обману. Значит, считает Грановеттер, доверие в экономике существует не только за счет эффективно функционирующих институтов (например, правоприменения), культурных паттернов или моральных правил, но также за счет складывающейся сети личных взаимодействий. Так в экономическом мире появляется сетевое доверие, дополняющее институциональное и способствующее эффективно функционированию рыночной системы (конечно, не все так однозначно, на разных типах рынков действуют разные типы доверия [14]). Это сетевое доверие полагается на личные связи и отношения, но, в отличие от традиционного доверия, в этом случае личные отношения строятся по типу так называемых слабых связей.

Что меняется в доверии в нынешнем столетии? Как возникает и что такое цифровое доверие? Социологи и экономисты все больше уделяют внимание этому феномену [15]. Цифровое доверие определяется как уверенность пользователей в способности людей, технологий и процессов создавать безопасный цифровой мир [16]. В более широком смысле цифровое доверие — это уверенность людей в надежности и безопасности цифровых систем, процессов и технологий. Какова его структура? Дж. Коулман подчеркивал, что в процессе доверия всегда есть две стороны — тот, кто оказывает доверие (*trustor*), и тот, кто принимает это доверие (*trustee*). Эти роли социально определены и правила доверия институционализируются [17]. Или в современной терминологии — цифровые пользователи (*givers*) и поставщики цифровых услуг (*guarantors*). Доверие функционально уменьшает «силы трения» в этой системе (снижает транзакционные социальные и экономические издержки взаимодействия) [18].

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 коммен-

тарии 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 реформатируется способ социальных взаимодействий — теперь уже социальность, а не только информация, становится потоковой. Еще более это утверждение актуально для молодежи. Как показало исследование Сбербанка и 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 глобаль-

ный 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, сете-

вое 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.

Цифровое доверие в России

Какое место занимает Россия на международной карте доверия? В 1990-е гг. в либеральной теории доверия считалось, что Россия (как и все постсоциалистические страны) принадлежит к странам с самым низким уровнем доверия (например, см. работу Ф. Фукуямы [28]). Но в 2000-е годы в рамках проекта World Values Survey под руководством Р. Инглхарта стали эмпирически исследовать доверие в разных странах (определялся уровень генерализированного межличностного доверия, стандартный вопрос «Большинству людей можно доверять?»). Вот какая картина получается: Китай — 60,3%; Швеция — 60,1%; Новая Зеландия — 55,3%; Германия — 44,6%; США — 34,8%; Россия — 27,8%; Турция — 11%; Руанда — 16,6%; Эквадор — 7%². Оказывается, уровень доверия в США и России не так уж сильно отличается.

Эмпирические исследования доверия выявили еще одну черту, никак не вписывающуюся в либеральную теорию доверия: обычно считалось, что чем выше уровень демократии и политических свобод, тем выше уровень доверия (например, см. работы одного из самых видных представителей американской теории доверия Э. Усланера [29]). Но как же тогда объяснить феноменально высокий уровень доверия в Китае? На этот мой вопрос на конференции «Экономическая культура мегаполиса», прошедшей в 2017 г., Усланер отвечал так: «Дело в том, что доверие в культуре Китая понимается особым образом, что никак не соответствует пониманию доверия в Швеции или Дании». Однако вот еще более поразительные эмпирические данные об институциональном доверии: Индия — 79%, Китай — 75%, США — 52%, Россия — 45%, Швеция — 45% (данные Edelman Trust barometer 2015³). Как в Швеции может быть такой же уровень доверия институтам, как и в России? Почему в Южной Корее с ее высочайшими темпами экономического развития уровень межличностного доверия ниже, чем в России? Все это не укладывается в классические представления, выработанные в теории доверия.

Мне представляется, что на самом деле ситуация более сложная — нет однозначной функциональной связи доверия людей друг другу и политической демо-

² World Values Survey, Wave 6: 2010–2014. URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp> (дата обращения: 02.02.2020).

³ Edelman Trustbarometer. URL: <https://www.edelman.com/research/2015-edelman-trust-barometer> (дата обращения: 02.02.2020).

кратии или прямой связи институционального доверия и экономического роста; доверие не связано с общественным согласием — как раз наоборот, чем больше протестных акций в стране, тем выше доверие (то есть доверие людей друг другу скорее производится в таких социальных акциях). По моему мнению, доверие само по себе самостоятельный, сложный и комплексный социальный феномен, со своей собственной динамикой и развитием. Эта точка зрения более полно раскрыта в другой нашей работе [30], а также об истории и трансформации доверия (см. работы Джеффри Хоскинга [31]).

Парадоксальность ситуации с доверием в России в том, что уровень доверия в семье у россиян очень высок (87%), а вот уровень доверия незнакомым людям крайне незначительный (по данным опроса World Values Survey Wave 6: в 2010–2014 гг. в России уровень составляет 20,4% в отличие от 56,9% в Швеции или 35,3% в США). У нас очень высокий уровень доверия президенту, но он отражает только личностное доверие, а уровень доверия государственным чиновникам (коим и является президент) низкий. Уровень доверия граждан РФ ключевым государственным институтам очень низкий: судам доверяют около 20%; Государственной думе примерно столько же; правительству около 26% [32].

А как обстоят дела с цифровым доверием? Количественные показатели цифровизации России просто феноменальные — в 2019 г. 260 млн мобильных абонентов; фиксированный доступ к широкополосному Интернету у 31 млн абонентов; доступ к мобильному Интернету у 126 млн абонентов; удельный вес населения, использующего Интернет для получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме, в 2018 г. составил 74,8%; удельный вес населения, использующего Интернет для заказа товаров, услуг за последние 12 месяцев — 34,7%; удельный вес организаций предпринимательского сектора (в общем их числе), использующих широкополосный Интернет — 81,6%. Но международные сравнения уже не так оптимистичны: индекс развития ИКТ (2017) — 45 место из 60; индекс развития электронного правительства (2018) — 32 место; индекс кибербезопасности (2018) — 26 место [33, с. 16–24].

Вот данные сравнительного исследования цифрового доверия (Digital Society Index 2019), проведенного совместно Oxford Economics и Dentsu Aegis Network (опрошено 43 000 чел. в 24 странах в 2018 г). Изучались множественные показатели цифрового доверия: доля тех, кто доверяет компаниям свои персональные данные; доля тех, кто уверен, что государственные организации обеспечивают безопасность личных данных; доля тех, кто уверен, что цифровые технологии решают социальные проблемы общества и др. Россия занимает предпоследнее место в рейтинге (первые 3 места у Сингапура, США и Китая). Только 37% опрошенных в России считают, что их базовые цифровые потребности (доступ к цифровому контенту и доверие к информации) удовлетворяются должным образом; 52% россиян считают, что цифровой мир не служит для улучшения общества; только 31% россиян считают, что цифровой мир предоставит им возможность карьерного роста⁴. Около 2% россиян лично сталкивались с несанкционированным доступом к своему

⁴ Human Needs in a Digital World. Digital Society Index, 2019. URL: <https://www.oxfordeconomics.com/recent-releases/digital-society-index-2019-human-needs-in-a-digital-world> (дата обращения: 02.02.2020).

компьютеру; 1 % — с использованием своей электронной почты неизвестными лицами; 0,2 % — с хищением денежных средств и/или утечкой персональных данных.

Доверие цифровому миру также не расширяется в России вследствие низкой цифровой грамотности. Посмотрите, какими навыками цифровой грамотности обладает наше российское население: работа с текстовым редактором — 41,1 % (для возраста 55–64 лет — 28 %); отправка электронной почты с прикрепленными файлами — 36,8 % (для возраста 55–64 лет — 24,7 %); копирование или перемещение файла — 34,5 % (для возраста 55–64 лет — 20,5 %); использование программ для редактирования фото-, видео- и аудиофайлов — 21,2 % (для возраста 55–64 лет — 9,8 %) [33, с.130]. Однако желание и намерение использовать цифровые технологии в развивающихся странах выше, чем в развитых. На вопрос «В сравнении с прошлым годом более вероятно, что вы будете использовать цифровые приложения?» в странах с развивающимся рынком для мобильных приложений такси («Uber», «Grab», «Lyft» и др.) 66 % опрошенных ответили утвердительно, а в странах с развитым рынком — 32 %; для банковских мобильных приложений — 79 % и 63 % соответственно; для использования медицинских онлайн-консультаций — 40 % и 22 %. Эта тенденция подтверждается в исследовании доверия интернет-магазинам в России, проведенное в 2019 г. социологической компанией «Анкетолог» (n = 1258). Уровень общего доверия интернет-магазинам среди российских пользователей очень высок: 8 % полностью им доверяют, еще 85 % — скорее доверяют или доверяют в целом. Совершенно не верят интернет-магазинам лишь 2 %; наибольшую тревогу у людей вызывает безопасность личных данных — 31 % опрошенных не доверяют интернет-магазинам в этом отношении, и лишь 10 % готовы при необходимости предоставить паспортные данные. Однако и сами интернет-магазины не слишком сильно доверяют своим покупателям — 56 % пользователей приходится чаще покупать товары в сети именно по предоплате, причем 19 % пользователей используют только этот способ расчета [34].

Итак, доверие цифровым технологиям, при растущем желании россиян их использовать, наталкивается на различные препятствия — низкая цифровая грамотность; недостаточная социальная эффективность цифрового мира (цифровой мир не решает аналоговые проблемы бедности и неравенства); слабая безопасность использования и хранения личных данных.

Заключение

В XX в. социологи, стремясь концептуализировать и тематизировать происходившие социальные трансформации, называли общество сначала индустриальным, затем постиндустриальным, затем обществом постмодерна, после информационным обществом, а в новом столетии остановились на названии «цифровое общество». Все сферы человеческой деятельности, индивидуальные и коллективные, формируются теперь новым технологическим способом — цифровым. Цифровое общество переформатирует социальность — теперь она потоковая; предполагает господство «слабых связей» в противовес «сильным связям»; это объектно-центрированная социальность; и, наконец, теперь социальность превращается в постсоциальность. Вместе с обществом трансформируется и доверие: от доверия личностного типа в традиционных обществах к институциональному безличному до-

верию в индустриальных городских обществах; в постиндустриальных обществах доверие приобретает сетевой, горизонтальный характер, а в самое последнее время трансформируется в цифровое доверие. Функционально в экономике цифровое доверие снижает трансакционные издержки (издержки обмена); а в социальном мире — издержки социального взаимодействия. Радиус цифрового доверия существенно расширяется, но сами социальные связи становятся кратковременными и хрупкими.

Что препятствует росту цифрового доверия? Прежде всего это низкая цифровая грамотность; невысокая безопасность хранения персональных данных; недостаточная социальная ориентация цифрового мира на решение проблем бедности и неравенства. Предыдущие формы доверия не исчезают, они успешно сосуществуют с цифровым доверием, точно так же, как сосуществуют вместе аграрный, индустриальный и постиндустриальный мир. В этом мозаичном характере доверия отличительная черта нашего дивного цифрового мира.

Литература

1. *Luhmann N.* Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives /ed. Di. Gambetta // *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations.* Oxford: Basil Blackwell, 1996. P.94–107.
2. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
3. *Кнорр-Цетина К.* Эпистемика информации: модель потребления / 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/ пер. с англ. В. И. Дудиной // *Журнал социологии и социальной антропологии.* 2002. Т. 5, № 1. С. 101–124.
5. *Кнорр-Цетина К., Брюггер У.* Рынок как объект привязанности: исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках // *Экономическая социология.* 2005. Т. 6, № 2. С. 29–49.
6. *Латур Б.* Об интеробъективности // *Социологическое обозрение.* 2007. Т. 6, № 2. С. 79–96.
7. *Сивков Д.* Дигитальная социология: напряжения, неопределенности, нерешенные проблемы // *Социология власти.* 2018. Т. 30, №3. С. 8–13.
8. *Lupton D.* *Digital Sociology: An Introduction.* Sydney: University of Sydney. 2012
9. *Lupton D.* *Digital sociology.* London: Routledge, 2015.
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.* Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // *American Journal of Sociology.* 1985. Vol. 91, no. 3. P.481–510.
13. *Williamson O. E.* Calculativeness, Trust, and Economic Organization // *Journal of Law and Economics.* 1993. 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.* *Digital Trust: Social Media Strategies to Increase Trust and Engage Customers.* London: Bloomsbury Publishing, 2020.
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.* *Foundations of Social Theory.* Cambridge, MA: CUP, 1990.
18. *Chakravorti B., Chaturvedi R. S., Bhalla A.* The 4 Dimensions of Digital Trust // *Harvard Business Review.* 2018. 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.* The Strength of Weak Ties // *The American Journal of Sociology.* 1973. 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., Дубко А. В. Доверие к виртуальной идентичности в интернет-среде // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Сер. 12: «Социология». 2011. Вып. 4. С. 145–150.
22. Newman N. Digital News Report. Executive Summary. 2019. URL: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/overview-key-findings-2019/> (дата обращения: 02.02.2020).
23. Pariser E. The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think. London: Penguin Books, 2011.
24. Мазикова Е., Зацепина Д. Некоторые аспекты доверия к цифровым технологиям // 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 // Научно-практические исследования. 2017. № 9. С. 41–42.
26. Ismail N. Trust in The Sharing Economy. URL: <https://www.information-age.com/trust-sharing-economy-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. Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity. London: Hamish Hamilton, 1995.
29. Uslaner E. The Moral Foundations of Trust. Cambridge, Mass.: Cambridge University Press, 2002, 298 p.
30. Veselov Y., Sinyutin M., Kapustkina E. Trust, Morality, and Markets: Rethinking Economy and Society via the Russian Case. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2016.
31. Hosking G. Trust: A History. Oxford: Oxford University Press, 2014.
32. Мухаметишина Е. Доверие к властным институтам, «Левада-центр» // 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., Вишневецкий К. О., Гохберг Л. М. Индикаторы цифровой экономики, 2019: статистический сборник. М.: НИУ ВШЭ, 2019.
34. Бахарев И. Уровень доверия интернет-магазинам в России. //Е-реpper.ru: электронный журнал. 31 января 2019 года. URL: <https://e-pepper.ru/news/uroven-doveriya-internet-magazinam-v-rossii-issledovanie.html> (дата обращения 02.02.2020).

Статья поступила в редакцию 5 марта 2020 г.;
рекомендована в печать 9 апреля 2020 г.

Контактная информация:

Веселов Юрий Витальевич — канд. экон. наук, д-р соц. наук, проф.; yurivitalievichveselov@yahoo.com

Trust in a digital society*

Yu. V. Veselov

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

For citation: Veselov Yu. V. Trust in a digital society. *Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology*, 2020, vol. 13, issue 2, pp. 129–143. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.202> (In Russian)

* This article was prepared with the financial support of the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) (grant no.20-011-00155 A “Trust in digital society and economy”). In its expanded form, the article was read at the St. Petersburg International Labor Forum (February 27–28, 2020).

What is a digital society? How does trust work in this new digital world? What is its difference compared to previous types of trust? All of these issues are in the very focus of this article. The first part of the paper shows how sociologists characterize a digital society, which makes it fundamentally different from an industrial and postindustrial ones. A characteristic feature of digitalization is its comprehensiveness. All spheres of activity, individual and collective, are being organized in a new technological way. It is demonstrated that the most important effect of digitalization is a fundamental change in the structure of social time in terms of costs and benefits. The second part of the paper describes the processes of transformation of trust: from patriarchal and personal trust to impersonal, role-based and institutional trust; then to network type trust and digital trust. The digital world expands our capabilities and changes the functioning of trust in social and economic life. The radius of trust is expanding significantly and the number of social ties is growing, although they are becoming weaker, shorter, more fragile, and remote. Functionally in the economy, digital trust reduces transaction costs (exchange costs); and in the social world — the costs of social interaction. The third part deals with trust issues in the digital world of Russia. Russia occupies the second to last place in the rankings of the 2019 Digital Society Index. Russians believe that their basic digital needs (access to digital content and trust in information) are not adequately satisfied; they believe that the digital world does not serve to improve society and that the digital world will not provide them with career opportunities. Trust in the digital world is not expanding in Russia also due to digital illiteracy. It is ironic that with this low trust in digital technologies, the scale of their use by Russians is expanding. This article is a detailed report for the St. Petersburg International Labor Forum (February 27–28, 2020)

Keywords: trust, digital trust, interpersonal trust, network trust, digital society.

References

1. Luhmann N. Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives, in: Gambetta, Di. (ed.). *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford, Basil Blackwell, 1996, pp. 94–107.
2. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Moscow, Higher School of Economics Press, 2000. (In Russian)
3. Knorr Cetina K. The Epistemics of Information: A Consumption Model, in: Veselov Y. (ed.), *Ekonomicheskaya sotsiologiya: teoriya i istoriya*. St. Petersburg, Nestor-Istoriya Publ., 2012, pp. 605–633. (In Russian)
4. Knorr Cetina K. Sociality with Objects: Social Relations in Postsocial Knowledge Societies. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii*, 2002, vol. 5, no. 1, pp. 101–124. (In Russian)
5. Knorr Cetina K., Bruegger U. The Market as an Object of Attachment: Exploring Postsocial Relations in Financial Markets. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 2005, vol. 6, no. 2, pp. 29–49. (In Russian)
6. Latour B. On Interobjectivity. *Sotsiologicheskoe obozrenie*, 2007, vol. 6, no. 2, pp. 79–96. (In Russian)
7. Sivkov D. Digital Sociology: Tensions, Uncertainties, Unsolved Problems. *Sotsiologiya vlasti*, 2018, vol. 30, no. 3, pp. 8–13. (In Russian)
8. Lupton D. *Digital Sociology: An Introduction*. Sydney, University of Sydney, 2012.
9. Lupton D. *Digital sociology*. London, Routledge, 2015.
10. *Digital Sociology: Critical Perspectives*. Orton-Johnson K., Prior N. (eds). Houndmills, Palgrave Macmillan, 2013.
11. *Digital Sociologies*. Daniels J., Gregory K., McMillan Cottom T. (eds). Bristol, Policy Press, 2017.
12. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 1985, vol. 91, no. 3, pp. 481–510.
13. Williamson O.E. Calculativeness, Trust, and Economic Organization. *Journal of Law and Economics*, 1993, vol. 36, no. 1, pp. 453–486.
14. Kollock P. The Production of Trust in Online Markets, in: Lawler E. J., Macy M., Thyne S., Walker H. A. (eds). *Advances in Group Processes*, vol. 16. Greenwich, CT: JAI Press, 1999. Available at: <https://smg.media.mit.edu/library/kollock1999.html> (accessed: 02.02.2020).
15. Connolly B. *Digital Trust: Social Media Strategies to Increase Trust and Engage Customers*. London, Bloomsbury Publishing, 2020.

16. Frenehard T. *Building Digital Trust: What Does It Really Mean*. Available at: <https://www.digitalistmag.com/finance/2019/10/29/building-digital-trust-what-does-it-really-mean-06201132> (accessed: 02.02.2020).
17. Coleman J. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA, CUP, 1990.
18. Chakravorti B., Chaturvedi R.S., Bhalla A. The 4 Dimensions of Digital Trust. *Harvard Business Review*, 2018, no. 2. Available at: <https://hbr.org/2018/02/the-4-dimensions-of-digital-trust-charted-across-42-countries> (accessed: 02.02.2020).
19. Granovetter M. The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, 1973, vol. 78, no. 6, pp. 1360–1380.
20. *A study of Russian youth*. The research of Futurebanking.ru. 10th March, 2017. Available at: <http://futurebanking.ru/post/3310> (accessed: 02.02.2020). (In Russian)
21. Lepekhin N.N., Dubko A.V. Trust in virtual identity in the Internet environment. *Vestnik of Saint-Petersburg University. Seriya Sotsiologiya*, 2011, iss. 4, pp. 145–150. (In Russian)
22. Newman N. *Digital News Report: Executive Summary*, 2019. Available at: <http://www.digitalnews-report.org/survey/2019/overview-key-findings-2019/> (accessed: 02.02.2020).
23. Pariser E. *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. London, Penguin Books, 2011.
24. Mazikova E., Zatssepina D. Some aspects of trust in digital technologies, in: *Vyzovi i vozmozhnosti finansovogo obespecheniia stabil'nogo ekonomicheskogo rosta* ("Finansy-2019". Materiali Vserossiyskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii). Sevastopol, Sevastopol State University Press, 2019. (In Russian)
25. Gubanova S.E. Trust in digital technologies. *Nauchno-prakticheskie issledovaniia*, 2017, no. 9, pp. 41–42. (In Russian)
26. Ismail N. *Trust in the sharing economy*. Available at: <https://www.information-age.com/trust-sharing-economy-123469380/> (accessed: 02.02.2020).
27. St. Petersburgers trust in digital services is growing. *St. Petersburg: gosuslugi*. Available at: <https://gu.spb.ru/mfc/news/> (accessed: 02.02.2020). (In Russian)
28. Fukuyama F. *Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity*. London, Hamish Hamilton, 1995.
29. Uslaner E. *The moral foundations of trust*. Cambridge, Mass., Cambridge University Press, 2002.
30. Veselov Y., Sinyutin M., Kapustkina E. *Trust, Morality, and Markets: Rethinking Economy and Society via the Russian Case*. Frankfurt am Main, Peter Lang, 2016.
31. Hosking G. *Trust: A History*. Oxford, Oxford University Press, 2014.
32. Mukhametshina E. Confidence in government institutions sharply decreased after the election — "Levada Center". *Vedomosti*, October 12, 2016. Available at: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2016/10/13/660744-doverie-vlastnim-institutam> (accessed: 02.02.2020). (In Russian)
33. Abdrakhmanova G.I., Vishnevsky K.O., Gokhberg L.M. *Indicators of the digital economy, 2019: statistical review*. Moscow, Higher School of Economics Press, 2019. (In Russian)
34. Bakharev I. The level of trust in online shopping in Russia. *E-pepper.ru*. 31st January, 2019. Available at: <https://e-pepper.ru/news/uroven-doveriya-internet-magazinam-v-rossii-issledovanie.html> (accessed: 02.02.2020). (In Russian)

Received: March 5, 2020

Accepted: April 9, 2020

Author's information:

Yuri V. Veselov — PhD in Economics, Dr. Sci. in Sociology, Professor;
yurivitalievichveselov@yahoo.com