

Проблематика доверия в онлайн среде в эпоху постмодерна.

Анастасия Федорова

Введение.

Доверие служит одним из основных факторов успешного и эффективного социального взаимодействия. В значительной степени уверенность человека в удовлетворении как минимум его физиологических потребностей, а также потребности в безопасности по пирамиде Абрахама Маслоу¹ является составляющей понятия «доверие» с точки зрения психологии и социальной психологии. В психологии существует понятие «background trust» («базовое доверие»), которое демонстрирует значимость доверия для людей в их повседневной деятельности². В частности, был проведен следующий эксперимент: человек, у которого во время движения на личном автомобиле пробило колесо, просил помощи у случайного прохожего, который оказался экспериментатором. В ответ на просьбу о помощи, экспериментатор задавал пострадавшему различные нелепые вопросы, вроде «что такое колесо?». Ответная реакция просящего была крайне негативной, поскольку человек полагал, что в проблемной ситуации он может довериться незнакомцу и рассчитывать на его помощь или поддержку³. На основании данного эксперимента делается вывод о том, что доверие является своеобразным императивом, которым индивиды руководствуются в процессе жизнедеятельности⁴.

Политологи также не обходят проблематику доверия стороной. Дилемма заключенного, анализируемая нами ниже, демонстрирует сложность имплементации доверия как способа практического социального и политического взаимодействия. Существует точка зрения, что доверие к малознакомым и незнакомым индивидам при наличии общей для всех цели, способно создать действенное гражданское общество⁵. Доверие в этом контексте трансформируется в социальный капитал, который ценится значительно выше физического и человеческого капитала, поскольку он создается достаточно длительное время и имеет весьма неустойчивый характер. При этом качественный социальный капитал служит прочным фундаментом для развития эффективных демократических институтов и отношений в государстве⁶.

Проблематика доверия к информации, получаемой нами посредством всех видов СМИ, обострилась в начале XXI века с развитием социальных медиа, активным вовлечением в них молодежи, дублированием большинства новостных телеканалов в онлайн среде посредством официальных сайтов и аккаунтов в социальных сетях. Сложность изучения и анализа феномена доверия социальными науками состоит в том, что его достаточно проблематично квантифицировать. Данный конструкт весьма подвижен, подвержен внешнему влиянию, очень изменчив. Вышеупомянутые точки зрения подтверждают актуальность вопроса доверия в различных сферах теоретического анализа и практической деятельности. Относясь к вышеперечисленным теоретическим подходам в рамках различных отраслей знания критически, мы, тем не менее, не можем не признать значимости фактора доверия в эпоху постмодерна, растущей эклектичности и

неупорядоченности социальных взаимодействий, повышения роли онлайн среды в жизнедеятельности человека.

Основная часть.

В нашем эссе мы рассмотрим феномен доверия с точки зрения политологии в эпоху постмодерна. Изучаются следующие идеи: доверие через призму теории о симулякрах Жана Бодрийяра; проблема доверия в онлайн среде с точки зрения дилеммы заключенного; возможно ли доверие в онлайн в эпоху пост-правды?

Основная исследовательская проблема данного эссе: возможно ли доверие к контрагенту, контенту и цифровой платформе при онлайн общении в постмодерне.

Для характеристики значения доверия в эпоху постмодерна обратимся к сочинению достаточно неординарного автора. Мы рассматриваем идею Жана Бодрийяра о симулякрах, высказанную им в книге «Симулякры и симуляция»⁷, и анализируем вопрос доверия к контрагенту, контенту и самой платформе через призму данной позиции. Бодрийяр утверждает, что эра постмодерна – это эпоха симуляции. В обществе постмодерна реальность трансформируется в модель, соответственно, все превращается в симулякр – копию копии либо вовсе не имеющую оригинала, либо утратившую его. Исходя из данной логики, мы не можем доверять ни той информации, которая льется на нас нескончаемым потоком каждый день, ни тем источникам и информационным платформам, где мы ее находим. Поскольку вся та реальность, которая окружает нас в виртуальном мире, является лишь симуляцией, мы не можем ей доверять. По Бодрийяру, в постмодерне у людей отсутствуют ориентиры, позволяющие отделить правду от лжи⁸. Поскольку данные, получаемые нами, крайне сложно проверить из-за их нереальности и наполненности симулякрами, даже очевидные истины типа утверждения «Земля – это небесное тело, которое имеет форму шара», могут подвергаться сомнению, так как есть вероятность появления источников, опровергающих ее с приведением математических расчетов, фото и видео материалов. Бодрийяр полагает, что, поскольку, повсюду в обществе доминируют симулякры и симуляции, смысла в тех сообщениях, которые мы получаем извне крайне мало, либо он отсутствует как таковой. Информация поглощает контент, как бы странно это не выглядело, именно в силу огромного ее количества и имитирует коммуникацию, но не создает ее. Следовательно, поскольку в постмодерне люди не способны найти оригинал чего-либо и смысл информационного контента, они не в состоянии доверять ничему тому, что окружает их в виртуальном мире. Соответственно, доверие к контенту, платформе или контрагенту в онлайн среде невозможно.

Бодрийяра нередко критикуют за гиперболизацию, неточность в формулировке научных терминов, отсутствия границ между симулякрами и внешней средой⁹. Тем не менее, при всех недостатках концепции Бодрийяра, нам представляется интересной его идея о симулякрах, как о копиях, у которых зачастую отсутствует оригинал. Это порождает в обществе их непонимание и, соответственно, недоверие к ним. В ситуации противоречивости информации, частого взаимного исключения сообщениями друг друга, недоверие лишь усиливается.

Рассмотрим вопрос доверия в онлайн среде в постмодерне с точки зрения дилеммы заключенного. При дефиците информации о своем напарнике модель предполагает, что наиболее правильная линия поведения узника – предательство партнера, поскольку при этом наказание будет менее суровым¹⁰. Экстраполируя данную игру на проблему доверия, наиболее выгодный и наименее рискованный путь – не доверять как своим контрагентам в социальных медиа, так и контенту, и самим цифровым платформам. Безусловно, пользователь имеет определенный объем информации о своем визави, о той социальной сети, в рамках которой происходит общение. Однако, данной информации бывает недостаточно. Многие контрагенты, особенно незнакомые нам в реальной жизни, используют вымышленные ники, постят фото, не принадлежащие им, либо те, что сильно приукрашивают действительность.

При этом по дилемме заключенного, если оба заключенных предадут друг друга, то в итоге получат меньший выигрыш, чем они могли бы получить в ситуации сотрудничества. Развивая данную теорию в вопросе доверия, пользователи могут получить больше пользы от общения, если будут относиться к информации, визави и платформе с достаточным доверием. В этом случае у пользователя больше шансов донести свою информацию, узнать больше об интересующем его вопросе, приобрести больше виртуальных друзей, чем если уровень его доверия будет невысоким. Представим себе ситуацию. Студенту нужно самостоятельно найти зарубежного научного руководителя для консультаций по его диссертации, поскольку таковы требования его ВУЗа. Он рассылает несколько писем, в которых описывает цель обращения, свою биографию в общих чертах. Один из профессоров отзывается, завязывается переписка с уточнением всех деталей. В конце концов, пойдя на определенный риск, профессор дает согласие на руководство. В чем заключается риск? Профессор знает о потенциальном студенте только то, что тот счел нужным сообщить о себе, то есть не обладает всей полнотой информации. Дав свое согласие, он может выиграть в смысле новых связей со страной и ВУЗом, которые представляет студент. В свою очередь, студент, рискнув тем, что сообщает незнакомому человеку конфиденциальную информацию о себе, получает высококлассного иностранного специалиста в качестве зарубежного научного руководителя. Тем не менее, необходимо отметить, что укрепить доверие можно лишь посредством личного офлайн контакта.

В завершающей части эссе мы рассматриваем возможность доверия в онлайн в эпоху пост-правды. Чем пост-правда опасна для доверия в частности, и для потребления информации в целом? По версии Оксфордского словаря, слово «post-truth» стало словом года 2016. Согласно словарю, пост-правда – это обстоятельства, при которых люди более восприимчивы и живее реагируют на эмоциональную подачу информации, на то, насколько она соотносится с их убеждениями, чем на объективные факты¹¹. Следовательно, при пост-правде люди верят лишь в то, во что им хочется верить, полностью игнорируют то, что противоречит их убеждениям, не обращая внимание на объективные факты. Авторитет ведущего передачи, эксперта, дающего интервью, гораздо сильнее влияет на зрителя и читателя, нежели объективные факты, выраженные в статистике. Определение Оксфордского словаря делает упор на незначительности фактов по сравнению с эмоциональной составляющей подачи информации. Нынешний президент США Дональд Трамп стал проводником пост-правды и невольным популяризатором этого

термина. По данным проекта Politifact, 16% публичных заявлений Трампа – абсолютная ложь, 35% – ложь, 20% - в основном ложь, 13% - наполовину правдивы, 9% - в основном правдивы, 4% - правда¹².

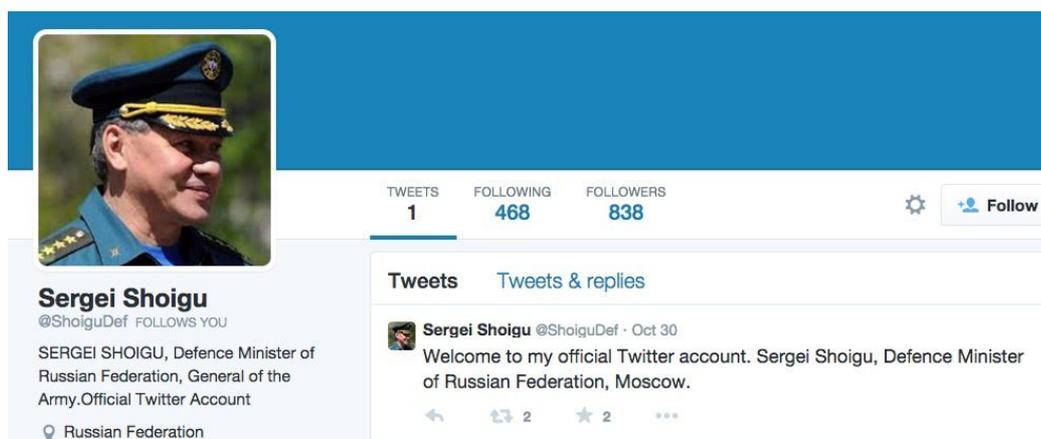
Каким образом все описанное выше касается обычных пользователей? Проблема в том, что социальные медиа и поисковики подстраиваются под каждого отдельного пользователя в зависимости от того, на какие группы он подписан, что он лайкает, что репостит, что ищет в поисковиках. Пользователь, раз зайдя в социальные сети, создает свой собственный виртуальный мир, который социальная сеть впоследствии поддерживает. Таким образом, со временем пользователь, с головой погружаясь в виртуальный мир социальных медиа, теряет способность мыслить критически и практически не ставит под сомнение получаемую информацию. Для ее проверки пользователю необходимо вырваться из этого искусственно созданного мира. Поскольку информации становится все больше, стирается грань между массовым и личным: научная статья и пост друга ценятся одинаково. Причем к последнему доверие может быть выше, так как он входит в тот круг, который пользователь создает в социальных медиа. Вращаясь в такого рода кругах, пользователь все больше разделяет их ценности и точку зрения. Информацию, противоречащую «внутригрупповой», пользователь воспринимает враждебно, по принципу «кто не с нами, тот против нас». В ситуации пост-правды важна не информация, а внимание, эмоции, шумиха вокруг тех или иных сообщений. Например, школьный учитель из Италии Томмазо Дебенедетти, известной публикацией фейковых новостей и созданием ложных аккаунтов знаменитостей и публичных людей, в 2012 году через фейковый аккаунт в Твиттере сообщил о гибели президента Сирии Башара Асада и его жены. Сообщение вызвало панику на рынке нефти – за одну минуту ее цена поднялась на 1%¹³.

Tweets

- 
- V. Kolokoltsev** @MiniInterRussia 11m
RUSSIAN GOVERNMENT CONFIRMS: BASHAR AL ASSAD, PRESIDENT OF SYRIA, HAS BEEN KILLED TODAY IN LATAKYJA WITH HIS WIFE AND TWO PEOPLE.
[Expand](#)
- V. Kolokoltsev** @MiniInterRussia 29m
ACCORDING TO UNCONFIRMED REPORT FROM RUSSIAN DIPLOMATS IN DAMASCUS PRESIDENT ASSAD HAS BEEN KILLED TODAY.
[Expand](#)
- V. Kolokoltsev** @MiniInterRussia 51m
ATTENTION. RUSSIAN AMBASSADOR IN DAMASCUS REPORTS THAT PRESIDENT OF ARAB REPUBLIC OF SYRIA BASHAR AL ASSAD HAS BEEN KILLED OR INJURED.
[Expand](#)

Фейковый аккаунт Владимира Колокольцева, созданный Дебенедетти, опубликовавший ложный твит о гибели Асада¹⁴. На момент 23 сентября 2020 года, страницы с именем V.Kolokoltsev в Твиттере не существует.

Этот пример показывает, что ложь в виртуальном мире может иметь серьезные последствия в реальном, если слепо доверять всей поступающей информации.



Фейковый аккаунт Сергея Шойгу в Твиттере, созданный Томмазо Дебенедетти¹⁵. Аккаунт с таким же ником существует, зарегистрирован в октябре 2016 года, учетная запись другая - @SShoiguRussia. На странице аккаунта лишь один твит на момент 23 сентября 2020 года.

Выводы.

1. Рассмотренные нами теории подтверждают предположение о том, что доверие в онлайн в постмодерне практически невозможно.
2. Если доверие все же имеет место быть, в долгосрочной перспективе оно позволяет расширять деловые контакты, продвигаться по карьерной лестнице.

Рекомендации.

- (1) При получении любой информации необходимо искать ее подтверждение или опровержение на других источниках (фактчекинг);
- (2) Если информация международного характера, необходимо искать подтверждающие или опровергающие ее источники на мировом уровне, причем, чем они разнообразнее, тем лучше;
- (3) Если информация внутригосударственного характера, по возможности обратиться к местным государственным органам с просьбой прокомментировать ее. Если возможно – поговорить с очевидцами, в случае, если речь идет о каком-либо происшествии;
- (4) При сопоставлении источников информации, искать их аффилированность для понимания той точки зрения, под которой подается информация;
- (5) Обязательно обращать внимание на критические источники, которые подвергают сомнению содержание сообщения;
- (6) При изучении информации не обращать внимания на эмоциональную окраску, но иметь в виду, с какой целью данное конкретное издание делает акцент на эмоциях, но не на фактах;
- (7) Придерживаться формулы 5W: Who (says) What (to) Whom (in) What Channel (with) What Effect¹⁶, разработанной Гарольдом Лассуэллом в 1948 году. Это

- поможет правильно расставить акценты при анализе информации, отделить эмоции, оставить чистый текст и определить, несет ли он какой-нибудь смысл, или за сообщением нет ничего, кроме эмоций. Таким образом, можно немного преодолеть симулякры и симуляции Бодрийяра;
- (8) Подписаться на страницы фактчекинговых проектов в социальных медиа, мессенджерах, использовать веб-сайты для проверки новостных сообщений;
 - (9) Проверять количество публикаций, твитов, постов на «официальных» аккаунтах в социальных медиа, регулярность их обновления, чтобы иметь представление о их аутентичности или ложности;
 - (10) Ставить под сомнение любые новостные сообщения, кто бы ни был их автором, начиная с главы любого государства, заканчивая чиновниками местного уровня.

¹ Maslow, A. H. *Motivation and Personality*. — New York: Harpaer & Row, 1954.

² Garfinkel, Harold. [1967] 1984. *Studies in Ethnomethodology*. Cambridge, U.K.: Polity Press

³ Ibid.

⁴ Ibid.

⁵ Putnam, Robert D., Robert Leonardi, and Raffaella Y. Nanetti. 1993. *Making Democracy Work*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

⁶ Ibid.

⁷ Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция [пер. с фр. А. Качалова]. – М: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. – 240 с.

⁸ Там же.

⁹ Hayles, Katherine N. *The Borders of Madness*. *Science Fiction Studies* # 55. Vol 18, Part 3.

¹⁰ Axelrod, Robert. 1997. *The Complexity of Cooperation*. Princeton University Press.

¹¹ Definition of post-truth adjective from the Oxford Advanced Learner's Dictionary.

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth?q=post+truth>

¹² Politifact. The Poynter Institute. Donald Trump.

<https://www.politifact.com/personalities/donald-trump/>

¹³ Cook, J. Meet The Shadowy Italian Hoaxer Who Uses Twitter To Fool World Leaders And Move Markets. *Business Insider*, 2014. <https://www.businessinsider.com/biography-of-tommaso-debenedetti-twitter-hoaxer-2014-11>

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Lasswell, H. 1958. *Politics: Who Gets What, When, How*. New York: Meridian.