

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-3-61-68
УДК 316.422(045)

Методические подходы к исследованию доверия в трансформирующихся экономических отношениях

Е.В. Воеводина

Финансовый университет, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются зарубежные подходы к количественному исследованию доверия в экономической сфере (Edelman Trust Barometer, World Values Survey, PwC, Google, McKinsey и др.). Выделены ключевые закономерности, актуальные для изучения доверия; сделан вывод о том, что трансформация социальных отношений требует пересмотра традиционных механизмов формирования доверия в экономике. Автором предложено альтернативное уравнение доверия на основе подхода Д. Майстера, Ч. Грина и Р. Гэлфорда, где ключевыми показателями — ресурсами формирования доверия — являются репутационный капитал, общность ценностей, прозрачность действий и соучастие в деятельности акторов. Предложенный подход может быть использован в исследованиях как институционального, так и межличностного доверия в экономике.

Ключевые слова: доверие; трансформация экономических отношений; инклюзивная экономика; методика исследования доверия; уравнение доверия

Для цитирования: Воеводина Е.В. Методические подходы к исследованию доверия в трансформирующихся экономических отношениях. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2024;14(3):61-68. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-3-61-68

ORIGINAL PAPER

Methodological Approaches to the Study of Trust in Transforming Economic Relations

E.V. Voevodina

Financial University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The article analyzes foreign approaches to the quantitative study of trust in the economic sphere (Edelman Trust Barometer, World Values Survey, PwC, Google, McKinsey and other). Relevant regularities for trust research are proposed. It is concluded that the transformation of social relations requires a revision of the traditional mechanisms for the formation of trust in the economy. The authors proposed a trust equation based on the approach of D. Maister, C. Green and R. Galford. In this equation, the key indicators-resources for building trust are reputation capital, community of values, transparency of actions, participation in activities of actors. The proposed approach can be used in studies of both institutional and interpersonal trust in the economy.

Keywords: trust; transformation of economic relations; inclusive economy; methodology for researching trust; trust equation

For citation: Voevodina E.V. Methodological approaches to the study of trust in transforming economic relations. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2024;14(3):61-68. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-3-61-68

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Актуальность изучения доверия в нестабильном и трансформирующемся мире сложно переоценить. Эпидемии, военные конфликты, экономические кризисы — это далеко не полный перечень глобальных вызовов, способных нанести вред социальной ткани человеческих взаимоотношений. Общество стоит на пороге масштабного кризиса доверия, в связи с чем прежние традиционные механизмы его формирования требуют переосмысления [1]. Так, согласно данным Edelman Trust Barometer 2022 (ЕТВ), в большинстве стран наблюдается снижение экономического оптимизма и одновременно — рост личной тревоги, экзистенциальных страхов, таких как изменение климата, атомная война, голод, энергетический кризис. На этом фоне утрачивается доверие институтам, особенно средствам массовой информации, правительству и неправительственным организациям. Причем доверие к бизнесу и социальные ожидания от работодателей растут.

Наибольшим доверием, по данным Edelman, у граждан во всем мире пользуются ученые (76%), коллеги по работе (73%), непосредственные руководители (64%), соседи (63%) и члены местных сообществ (61%)¹. Что касается постсоветского пространства, то снижение обобщенного доверия наблюдалось, по данным World Values Survey (WVS), еще в 2017 г.² При этом Россия вошла в первую «десятку» стран с наиболее низкими показателями — только 22,9% наших соотечественников считали, что большинству людей можно доверять. Таким образом, одним из актуальных исследовательских вопросов для социологов становится изучение механизмов доверия в изменяющемся мире, а также обогащение методических инструментов, позволяющих реализовать данную задачу.

ДОВЕРИЕ В ТРАНСФОРМИРУЮЩИХСЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ

Связь экономических показателей и доверия проиллюстрирована в работах П. Кауха, Я. Албера, Р. Иглхарт, Д.А. Авдеевой. Основной вывод исследователей: чем выше уровень доходов на душу населения, тем люди больше доверяют друг другу [2, с. 43]. При этом Р. Инглхарт и К. Вельцель,

анализируя роль ценностей, традиций, сложившихся иерархических отношений, справедливо отмечают, что экономический фактор — не единственный, определяющий уровень доверия. Так, общества с развитыми горизонтальными связями, по мнению авторов, характеризуются большим доверием, чем жестко иерархичные [3, с. 112], — это, в первую очередь, страны с протестантской и конфуцианской этикой. Такой вывод хорошо согласуется не только с веберинской теорией, но и сущностью доверия, описанной Дж. Коулманом: «Человек доверяет, если он или она добровольно предоставляет ресурсы в распоряжение другой стороны без каких-либо юридических обязательств от последнего, но с расчетом на то, что акт доверия окупится»³. Доверие в обществе с развитыми горизонтальными связями в русле теории М. Грановетера можно рассматривать как социальный капитал, воспроизводимый и наращиваемый индивидами в рамках сетевой структуры. Оно неотъемлемо от таких понятий, как «принадлежность», «социальное участие» и «членство» — именно поэтому сегодня его уместно рассматривать в русле деятельностно-феноменологического подхода, где оно становится одним из неотъемлемых ресурсов intersубъективных коммуникаций [4, с. 152].

Касаясь вопроса трансформации экономических отношений, отметим, что важными тенденциями для развитых стран конца первой четверти XXI в. стала ориентация на социальное многообразие и инклюзию, ответственность и экологичность компаний, что подразумевается доктриной устойчивого развития. Переосмысливаются базовые принципы хозяйственных систем, где соответствие моделям *ESG (environment, social, governance)* и *DEI (diversity, equity, inclusion)* становится условием не только роста, но и конкурентоспособности компаний. Так, по данным McKinsey & Company, в 2019 г. инклюзия и социальное разнообразие были характерны для компаний с высокими показателями роста: у организаций, где существует гендерное разнообразие, прибыль увеличилась на 25%, а где этническое — на 36%⁴. Все большую актуальность приобретает парадигма инклюзивной

³ Там же.

⁴ URL: <https://www.mckinsey.de/~media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Deutschland/News/Presse/2020/2020-05-19%20Diversity%20Wins/Report%20Diversity-wins-How-inclusion-matters%202020.pdf>

¹ URL: <https://www.edelman.co.uk/2022-edelman-uk-trust-barometer>

² URL: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>

экономики, расширяющей доступ к благам для больших групп населения, ранее считавшихся пассивными экономическими акторами: людей «серебряного» возраста, инвалидов, мигрантов, бедных и других социально уязвимых слоев [5]. Вышеобозначенные тенденции требуют осмысления новых подходов к интерпретации социальных механизмов воспроизводства доверия в экономических отношениях. Исследования показывают, что и для потребителей, и для партнеров в рамках новой реальности становится важным не только результат, но и то, какими средствами и инструментами он был достигнут. Так, например, согласно PwC, 70% потребителей «готовы платить больше за продукты питания, произведенные с соблюдением этических норм», а 14% — отказаться от компаний, нарушающих такие требования⁵. Похожие результаты получены Google и Ipsos относительно цифровой политики компаний: если пользователи-потребители не понимают, что будут делать с их данными, или узнают о фактах неэтичного обращения с ними, то откажутся от дальнейшего сотрудничества⁶. Механизмы доверия, таким образом, усложняются, с одной стороны, становясь все более зависимыми от этической составляющей и социальной повестки, а с другой стороны — требуя обеспечения прозрачности деятельности компаний и понимания ее внутренней «кухни».

ОБЗОР МЕТОДИК И РЕЗУЛЬТАТОВ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ДОВЕРИЯ

Зарубежные количественные методики направлены на диагностику как институционального, так и межличностного доверия, охватывая при этом вопросы цифрового и потребительского доверия (см. *таблицу*). Наиболее масштабные проекты Edelman Trust Barometer и World Values Survey являются мониторинговым инструментом в проведении сравнительного межстранового анализа. Кроме того, ЕТВ обращается к диагностике социального самочувствия респондентов — оценке прошлого, текущей ситуации, социального оптимизма («Через пять лет я и моя семья будем

жить лучше»)⁷. То есть доверие рассматривается в совокупности с такими качествами, как уверенность и предсказуемость.

По результатам исследований, представленных в обзоре, выделим ключевые принципы изучения доверия, актуальные для экономической сферы:

1. Необходимость комплексного анализа, где трансформация экономических отношений неразрывно связана с трансформацией ценностной сферы. Изменение установок и жизненных ценностей потребителей и работников компаний ярко выражено у поколений Y и Z. И для тех, и для других важны вышеупомянутые принципы ESG и DEI, что определяет доверие не только к производителям товаров и услуг, но и к работодателям и деловым партнерам.

2. Доверие в экономической сфере все больше сопрягается с факторами цифровой политики и качеством платформенных коммуникаций. Цифровая культура экономических агентов, которые заслуживают доверия, должна характеризоваться такими параметрами, как «надежность», «открытость», «ясность», «доступность», «обратная связь». Значимым фактором доверия становится опыт обезличенного «другого» в виде интернет-отзывов и рейтинговые платформы.

3. Новые формы экономических отношений, такие как шеринг, актуализируют необходимость изучения «горизонтального» доверия, которое складывается между участниками, разделяющими использование одного и того же продукта или товара. Так, в исследовании, основанном на модели ЗР (К. Вайнхардт, Т. Тойбнер, Ф. Хавличек), было проанализировано три измерения доверия — «пользователь-пользователь», «пользователь-платформа», «пользователь-продукт» — и отмечено, что все они одинаково значимы [6].

4. Политика роста социального разнообразия в рамках ESG и DEI ставит вопрос об исследовании доверия для инклюзивной экономической модели, в частности его воспроизводства в мультикультурной среде, «типичных» и «нетипичных» социальных акторах.

Кроме того, исходя из анализа источников, можно выделить четыре актуальных направления трансформации экономических отношений, оказывающих значительное влияние на воспро-

⁵ URL: <https://www.pwc.com/gx/en/services/family-business/family-business-survey.html>

⁶ URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-gb/future-of-marketing/privacy-and-trust/research-customer-privacy-practices/>

⁷ URL: <https://www.edelman.co.uk/2022-edelman-uk-trust-barometer>

**Обзор методик измерения доверия в международных исследованиях /
Review of Methods for Measuring Trust in International Studies**

Название исследования (организации)	Метод и выборка	Показатели методики
World Values Survey (WVS)	Формализованное интервью по территориально-стратифицированной выборке или компьютерное интервью (CAPI). N = 1500	Межличностное (обобщенное) доверие, дистанция доверия по социальным группам
Edelman Trust Barometer (Edelman)	Онлайн-опрос по квотированной выборке (пол, возраст, место жительства). N = 32 000	Социальные ожидания и социальное самочувствие, институциональное доверие, дистанция доверия по социальным группам, внутристрановое и внешнестрановое доверие, социальное неравенство как фактор доверия/недоверия
Family Business Survey (PwC)	Онлайн-опрос владельцев бизнеса по территориально-стратифицированной выборке, N = 2043	Мотивация бизнеса, компетентность, качественные характеристики инструментов деятельности компании (честность, прозрачность), социальная и экономическая эффективность компании
Think with Google (Google, Ipsos)	Онлайн-опрос интернет-пользователей по квотированной выборке (пол, возраст, регион). Выборка репрезентативна для европейских стран-участников, количественные данные не представлены	Маркетинговые и цифровые факторы доверия: веб-дизайн сайта и технология сбора персональных данных, возможность сохранить конфиденциальность пользователя, кибербезопасность и принципы хранения данных
Digital trust (McKinsey)	Онлайн-опрос топ-менеджеров компаний (N = 1333) и потребителей (N = 3073). Выборка квотирована по отраслевым видам деятельности компаний	Показатели цифрового доверия: политика компании в отношении клиентских данных и кибербезопасность, доверие клиентов к хранению данных компаний, прозрачность деятельности компании, доверие к продуктам на базе искусственного интеллекта

Источник / Source: составлено автором / compiled by the author.

изводство доверия (см. рисунок). ESG и DEI являются взаимосвязанными элементами в рамках парадигмы экономики устойчивого развития и инклюзивной экономики, а цифровизация (включая электронную коммерцию) и развитие совместного потребления становятся отдельными векторами.

Таким образом, помимо традиционных социальных механизмов формирования доверия, таких, как репутация и правые гарантии, увеличивается важность этических действий экономи-

ческих акторов, их социальной миссии и коммуникативных стратегий (например, открытости к обратной связи)

УРАВНЕНИЕ ДОВЕРИЯ

Обзор социологических исследований доверия показывает сложность данного феномена в экономических отношениях. В докладе аудиторско-консалтинговой компании «ФБК» (ФБК) справедливо отмечено, что традиционные инструменты измерения доверия в эко-



Рис. / Fig. Направления трансформации экономических отношений /
Directions of transformation of economic relations

Источник: составлено автором / Source: compiled by the author.

номике, такие как «индекс потребительских ожиданий» или «индекс делового доверия», описывают лишь один из его аспектов⁸. В свою очередь, предложенный ФБК индекс доверия в экономике предполагает оценку фактических (статистических) показателей, потому как социологические инструменты, по замыслу разработчиков, могут давать субъективные искажения. Расширенная структура индикаторов, предложенных ФБК, охватывает разных экономических акторов и подразумевает анализ доходов населения, объема иностранных инвестиций, вложений кредитных организаций в ценные бумаги и т.д.⁹ Данная методика, на наш взгляд, не только позволяет дать оценку доверию через экономические действия акторов, но и затрагивает экономический климат. Однако человеческая деятельность детерминирована не только рациональными мотивами. Если перейти от homo economicus к социальной сущности индивида, можно отметить, что доверие — это феномен, в первую очередь, субъективный, который, хоть и может быть описан через количественные показатели, не лишен эмоционально-оценочной составляющей, в связи с чем актуален смыслодеятельностный анализ.

Говоря о социологических подходах, стоит обратиться к статье Е.А. Михайловой, анализирующей

уравнение доверия Д. Майстера, Ч. Грина и Р. Гэлфорда. Оно было предложено для экономической сферы и менеджмента как инструмент, позволяющий добиться успеха компании [7], но сегодня также применяется Фондом «Общественное мнение» для диагностики институционального доверия в политической сфере [8, с. 21]. Коэффициент доверия (Trustworthiness — T) определяется по формуле

$$T = \frac{C + R + I}{S}, \quad (1)$$

где: C — (Credibility) — убежденность, основанная на правдивости;
R — (Reliability) — надежность;
I — (Intimacy) — близость;
S — (Self-Orientation) — ориентация на себя.

Первый показатель (C) подразумевает, что объект доверия обеспечит возложенные на него обязательства. По мнению Е.А. Михайловой, сюда можно отнести, например, интерес к сообщениям президента, одобрение его деятельности и уверенность в завтрашнем дне [8, с. 22]. Показатель (R) — «надежность» в исследовании доверия государству — является синонимом «порядочности» и отражает соответствие между запросами (актуальными проблемами) населения и методами их решения, а также защиту интересов граждан (в том числе на международной арене). «Близость» (I) понимается как «вовлеченность в сферу интересов другой стороны» [8, с. 25], что связано с эффективностью решений, принимаемых

⁸ URL: <https://www.fbk.ru/upload/images/doverie1.pdf>

⁹ Там же.

объектом доверия. И, наконец, «ориентация на себя» — показатель готовности доверителя к действиям по реализации собственных интересов в разрешении проблемных ситуаций, если методы объекта доверия оказываются малоэффективными. В качестве примера Е. А. Михайлова отмечает, что во время пандемии коронавируса граждане (доверители) участвовали в добровольческих движениях, оказывая помощь тем, кто попал в трудную ситуацию, выполняя таким образом функцию социальной защиты и содействуя государству (объекту доверия). Приведенное уравнение, на наш взгляд, хорошо иллюстрирует деятельностную природу доверия, а выделенные показатели: «убедительность», «надежность» и «близость» — становятся основными ресурсами его воспроизводства. Однако, если ресурс оказывается слабым или «пустым» (например, в случае расхождения между декларируемыми целями и фактическими действиями объекта доверия), доверие снижается, а «ориентации на себя» — усиливается.

Может ли быть создано универсальное уравнение, применимое в отношении межличностного и институционального доверия? Мы предприняли попытку применить подход Д. Майстера, Ч. Грина и Р. Гэлфорда, опираясь на выделенные ранее ключевые принципы изучения доверия и векторы трансформации экономических отношений (см. *рисунок*). Таким образом, предлагается использовать следующие актуальные для данного предмета (трансформирующиеся экономические отношения) ресурсы — показатели доверия:

1. Репутационный капитал (Reputation capital — RC) — показатель, который включает такие индикаторные качества, как «надежность», «устойчивость», «уверенность», «предсказуемость», и обеспечивается через нормативные гарантии, поручительство, опыт самого субъекта-доверителя, значимого «другого» или «обезличенного другого» (рейтинги, отзывы) в отношении объекта доверия.

2. Общность ценностей (Community of values — CV) — единство этических принципов и ценностей экономических акторов (доверителя и объекта доверия). Выше мы указывали, что и для потребителей, и для других участников рыночных отношений важно соблюдение принципов социальной ответственности

и устойчивого развития (ESG и DEI), а в некоторых случаях — это основной фактор выбора компании или делового партнера.

3. Прозрачность действий (Transparency of actions — TA) — показатель, включающий «ясность», «открытость», «доступность». Его можно отнести к политике компаний и платформ, в том числе в области цифровизации, обработки данных, используемых средств, технологий и т.д. Так, например, в исследовании Google и Ipsos¹⁰ отмечается, что пользователи больше доверяют компаниям, которые объясняют, каким образом, где и для чего используются их личные данные при покупке товаров и услуг на платформах. Этот принцип работает и в межличностных коммуникациях — например, когда пациент обращается к доктору, а тот не просто назначает лечение, но и предоставляет доступ к медицинской карте, дает необходимые пояснения, — доверие возрастает [9, с. 127]. Наконец, практическую значимость такой «прозрачности» при производстве товаров и услуг в формировании доверия клиентов хорошо осознали маркетологи — это и онлайн-трансляции выращивания фруктов для сока, и экскурсии на фабрики, и пр.

4. Соучастие в деятельности (participation in activities — PA), куда можно отнести «принадлежность», «социальное участие» и «членство», что не только создает основу для прозрачности, но и в той или иной мере обеспечивает сопричастность акторов. Понимание того, что определенные действия самого доверителя могут повлиять на результат деятельности объекта доверия — это не просто возможность быть услышанным, но влияние, реализация потребности в принадлежности (что также актуально для шеринга). В маркетинге на это направлены всевозможные программы лояльности, клубные программы и карты, практика привилегированного обслуживания. Здесь значимы коммуникативные механизмы, в том числе «обратной связи», например, когда можно оставить отзыв и получить комментарий от компании (объекта доверия) или таких же пользователей-доверителей.

С учетом обозначенных показателей уравнение доверия в трансформирующихся экономических отношениях будет выглядеть следующим образом:

¹⁰ URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-gb/future-of-marketing/privacy-and-trust/research-customer-privacy-practices/>

$$T = \frac{RC + CV + TA + PA}{IL}, \quad (2)$$

где: *IL* (insurance of possible losses) — страхование возможных потерь, предполагающее оценку рисков актором-доверителем.

Это некоторого рода «запасной план» действий актора-доверителя, «подушка безопасности» на случай, если стороны не достигнут ожидаемого результата. В качестве частных показателей могут быть использованы как экономико-статистические, например, объем страховых инвестиций компаний, диверсификация портфеля и т.д., так и социологические — субъективная оценка рисков доверителем, выбор «альтернативных» инструментов (продуктов, услуг, компаний), степень лояльности и т.д.

ВЫВОДЫ

Трансформация социальных отношений требует пересмотра традиционных механизмов формирования доверия в экономике. Векторами, детерминирующими этот процесс, становятся: развитие электронной коммерции и цифровизация, модели совместного потребления, соответствие принципам экономики устойчивого развития, в том числе инклюзивной экономики. С учетом

этого можно составить уравнение доверия для трансформирующихся отношений, где ключевыми показателями — ресурсами формирования доверия — являются репутационный капитал, общность ценностей, прозрачность действий, участие в деятельности акторов. Следует отметить актуальность мер, предложенных Д. Майстером, Ч. Грином и Р. Гэлфордом, по воспроизводству доверия — это вовлечение, выслушивание, формирование, представление и принятие [7]. Их концепция работы с клиентами, несмотря на то, что она имеет чисто прикладной характер, соответствует деятельностно-феноменологическому подходу. Так, по их мнению, компании должны быть заинтересованы в создании таких ситуаций, когда клиенты «расскажут больше о своих проблемах и потребностях» [7]. Обзор результатов исследований показывает, что в современных условиях механизмы доверия в экономике усложняются и, наряду с утилитарностью, становятся все более ориентированными на ценностную природу. Индивиды активно вовлекаются в социальную повестку и ожидают от экономических отношений «чего-то большего» — от прозрачности создания продукта или услуги до одобрения философии компаний.

БЛАГОДАРНОСТИ

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета.

ACKNOWLEDGEMENTS

The article was prepared based on the results of research carried out at the expense of budgetary funds under the state assignment to the Financial University.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Зеленков М.Ю., Тюриков А.Г. Модель вызовов доверию в современной Российской Федерации. *Социодинамика*. 2022;(2):26–43.
2. Авдеева Д.А. Роль доверия в экономике. *Социодиггер*. 2021;1–2(7):41–43.
3. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство; 2011.
4. Папакостас А. Становление цивилизованной публичной сферы: недоверие, доверие и коррупция. М.: ВЦИОМ; 2016.
5. Воеводина Е.В. Доверие как базовый принцип инклюзивной экономики: анализ концептуальных и методических подходов. *Теория и практика общественного развития*. 2023;3(181):38–43.
6. Hawlitschek, F., Teubner, T., Weinhardt, Ch. Trust in the Sharing Economy. *Die Unternehmung*. 2016;70(1):26–44.
7. Maister D.H., Green Ch.H., Galford R.M. The Trusted Advisor. Sydney: The Free Press; 2011.
8. Михайлова Е.А. Доверие: результаты коронавирусного стресс-теста. *Социодиггер*. 2021;1–2(7):19–40.
9. Vèvere, V. Radical demand and spontaneity in K.E. Løgstrup's phenomenological ethics with continuous reference to S. Kierkegaard. *Horizon. Studies in Phenomenology*. 2021;10(1):123–139.

REFERENCES

1. Zelenkov M.Yu., Tyurikov A. G. Model of challenges to trust in the modern Russian Federation. *Sociodinamika = Sociodynamics*. 2022;(2):26–43. (In Russ.).
2. Avdeeva D.A. The role of trust in the economy. *Sociodigger*. 2021;1–2(7):41–43. (In Russ.).
3. Inglehart R., Welzel K. Modernization, cultural change and democracy: The sequence of human development. Moscow: Novoe izdatel'stvo; 2011. (In Russ.).
4. Papakostas A. Formation of a civilized public sphere: mistrust, trust and corruption. Moscow: VCIOM; 2016. (In Russ.).
5. Voevodina E. V. Trust as a basic principle of an inclusive economy: analysis of conceptual and methodological approaches. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and practice of social development*. 2023;3(181):38–43. (In Russ.).
6. Hawlitschek, F., Teubner, T., Weinhardt, Ch. Trust in the sharing economy. *Die Unternehmung*. 2016;70(1):26–44.
7. Maister D. H., Green Ch. H., Galford R. M. The trusted advisor. Sydney: The Free Press; 2011.
8. Mikhailova E. A. Trust: Coronavirus stress test results. *Sociodigger*. 2021;1–2(7):19–40. (In Russ.).
9. Vēvere V. Radical demand and spontaneity in K. E. Løgstrup's phenomenological ethics with continuous reference to S. Kierkegaard. *Horizon. Studies in Phenomenology*. 2021;10(1):123–139.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

Екатерина Владимировна Воеводина — кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга, доцент кафедры социологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия

Ekaterina V. Voevodina — Cand. Sci. (Sociology), Leading Researcher of the Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Assoc. Prof. of the Department of Sociology, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0000-0001-6131-8301>

ekaterinavoevodina@yandex.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 08.02.2024; принята к публикации 18.05.2024.

Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.

The article was submitted on 08.02.2024; accepted for publication on 18.05.2024.

The author read and approved the final version of the manuscript.