

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-3-128-136

УДК 316(045)

Сетевые инструменты формирования доверия в трансформирующихся современных экономических отношениях (на примере экономики совместного потребления в г. Москве)

В.П. Антонюк, Я.С. Иванова, А.Г. Тюриков
Финансовый университет, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается влияние сетевых инструментов на формирование доверия студенческой молодежи основными видам транспортной экономики совместного потребления: каршерингу, велошерингу, кикшерингу и райдшерингу. С целью изучения данного феномена было проведено социологическое исследование методом онлайн-анкетирования (CAWI), в котором приняли участие студенты, обучающиеся на всех факультетах Финансового университета г. Москвы. В ходе опроса особое внимание уделялось анализу динамики данных, полученных в 2022 и 2024 гг. Для повышения доверия к сетевым инструментам и привлечения новых пользователей авторы предлагают компаниям по аренде транспортных средств свои рекомендации.

Ключевые слова: доверие; сетевые инструменты; экономические отношения; экономика совместного потребления; каршеринг; велошеринг; кикшеринг; райдшеринг

Для цитирования: Антонюк В.П., Иванова Я.С., Тюриков А.Г. Сетевые инструменты формирования доверия в трансформирующихся современных экономических отношениях (на примере экономики совместного потребления в г. Москве). *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2024;14(3):128-136. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-3-128-136

ORIGINAL PAPER

Network Tools for Building Trust in the Modern Transforming Economic Relations (Using the Example of the Sharing Economy in the City of Moscow)

V.P. Antonyuk, Ya.S. Ivanova, A.G. Tyurikov
Financial University, Moscow, Russia

ABSTRACT

The purpose of the study is to analyze the impact of network tools on the formation of students' trust in the main types of transport sharing economy: carsharing, bikesharing, kicksharing and ridesharing. In order to study this phenomenon, a sociological study was conducted using an online survey (CAWI), in which students studying at all faculties of the Financial University of Moscow took part. During the sociological research conducted by the authors of the article, special attention was paid to the analysis of the dynamics of data obtained in 2022 and 2024. It was revealed that network tools have a significant influence on trust in sharing services, which depends on the specific tool and the specific type of transport sharing economy. The authors offer recommendations to vehicle rental companies to increase trust in online tools and attract new users of the transport sharing economy.

Keywords: trust; network tools; economic relations; sharing economy; carsharing; bikesharing; kicksharing; ridesharing

For citation: Antonyuk V.P., Ivanova Ya.S., Tyurikov A.G. Network tools for building trust in the modern transforming economic relations (using the example of the sharing economy in the city of Moscow). *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2024;14(3):128-136. DOI: 10.26794/2226-7867-2024-14-3-128-136

ВВЕДЕНИЕ

Стабильность экономических отношений зависит от ряда факторов, среди которых первостепенное значение имеет доверие. Актуальность проблемы формирования и сохранения доверия между субъектами рынка становится более острой в условиях внешних и внутренних вызовов и угроз. Глобальная цифровизация сказалась на коммуникационных процессах и вытеснила живое взаимодействие в новый цифровой формат — теперь интеллектуальные сервисы, инновационные платформенные решения, интернет-ресурсы играют ключевую роль в реализации экономических отношений [1]. В условиях стремительного развития шеринг-экономики и цифровизации социальной, экономической, политической и других сфер взаимодействия изменяются модели поведения как отдельных индивидов, так и социальных групп. Важнейшим отличием шеринга является способность генерировать репутацию и доверие, которое становится нематериальным капиталом, позволяющим снижать транзакционные издержки и привлекать новых пользователей.

При выборе того или иного транспортного шеринг-сервиса люди все чаще прибегают к различным сетевым инструментам, которые, в свою очередь, стали своеобразным источником формирования доверия этому сервису: социальные сети, мессенджеры, форумы, веб-сайты, блоги, онлайн-игры — не просто средства коммуникации между людьми, но и неотъемлемая часть жизни, порой заменяющая реальный мир виртуальным.

Транспортная экономика совместного потребления развивается быстрыми темпами, и неправильное использование сетевых инструментов может негативно влиять на взаимодействия людей в рамках шеринговой системы.

Таким образом, объектом авторского исследования выступает доверие как социальный феномен, предметом — влияние сетевых инструментов на формирование доверия в транспортной шеринг-экономике при пользовании студентами Финансового университета услугами каршеринга, велошеринга, кикшеринга и райдшеринга.

Для реализации поставленной цели должны быть выполнены следующие задачи:

- рассмотрение сущности, содержания и механизмов формирования доверия;
- анализ сущности и содержания понятия сетевых инструментов;

- выявление факторов, влияющих на формирование и изменение доверия в транспортной экономике совместного потребления столичного мегаполиса при использовании сетевых инструментов;

- разработка научно-практических рекомендаций по формированию и укреплению доверия студенческой молодежи к транспортной экономике совместного потребления в г. Москве.

В качестве гипотезы было выдвинуто предположение, что сетевые инструменты в интернете влияют на формирование доверия студенческой молодежи сервисам транспортной шеринг-экономики: каршерингу, велошерингу, кикшерингу и райдшерингу.

В мировой и отечественной науке существует множество подходов к определению понятия доверия в различных областях научного знания: социологии, философии, психологии, экономике, культурологии, юридических науках.

Так, польский социолог П. Штомпка считает, что «доверие — “залог”, свидетельствующий о том, что неопределенные будущие действия других людей или функционирование оборудования либо учреждения будут нам полезны» [2, с. 125]. Доверие обязательно предполагает совершение действий, влекущих за собой, хотя бы отчасти, желаемые результаты, которые, однако, заранее нельзя верифицировать. Оно все больше приобретает значение способа, с помощью которого можно справиться с неуверенностью, неопределенностью и минимизировать риски.

Согласно подходу Дж. Коулмана, доверие является одним из основных неотъемлемых элементов социального и человеческого капитала. Одним из его системообразующих типов выступает обобщенное доверие, то есть готовность вступать в социальные отношения даже с незнакомыми людьми ради сотрудничества и конструктивного взаимодействия. Рост обобщенного доверия в любой социальной группе сопровождается повышением надежности и оптимизацией социального капитала, который может воздействовать на взаимоотношения между людьми, повышая эффективность человеческой деятельности. Напротив, низкий уровень обобщенного доверия сокращает социальный капитал общества, формируя низкую культуру доверия индивидов [3].

Феномен доверия — не абстрактная категория, а каждодневная практика, либо делающая общественные связи прочнее, либо ослабляющая

их, что в итоге приводит к разрушениям, если субъекты не имеют возможности прийти к компромиссу во мнениях [4, с. 88].

По мнению социологов Финансового университета: А. В. Знобюк (Власовой), А. Г. Тюрикова, Д. А. Кунижевой, возникновение доверительных отношений базируется на социальных действиях субъектов. Справедливо и обратное: человек не сможет действовать грамотно, обоснованно, если нет доверия [5, с. 72].

Сегодня в цифровом пространстве появился так называемый «институт репутации» — отзывы пользователей о товарах, услугах, организациях, которые люди изучают при принятии различных экономических решений.

Согласно мнению А. Г. Тюрикова и М. Ю. Зеленкова, с появлением цифровых технологий особую роль приобрело доверие к источникам информации — даже самые продуманные сообщения, апеллирующие либо к просоциальным, либо к эгоистическим мотивам, обречены на провал, если их источник считается ненадежным [6, с. 29].

В основу авторского исследования положена концепция доверия П. Штомпки, согласно которой доверие влияет на социальные отношения, базирующиеся на полезности действий других людей (пользователей шеринговой экономики) и полезности функционирования оборудования (арендованных транспортных средств).

В мировой практике нет единого общепринятого определения такого социального феномена, как сетевые инструменты. К тому же публикационную активность на сайте российской научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU по запросу «сетевые инструменты» нельзя назвать высокой — за 2022 г. были написаны лишь 3 содержательные работы, что позволяет считать их малоизученным явлением.

Социолог Манчестерской школы Дж. Барнс в 1954 г. ввел термин «социальная сеть», под которым он понимал социальную структуру, включающую в себя совокупности узлов, выступающих в виде таких социальных объектов, как люди, сообщества и организации, и связи между ними (социальные взаимоотношения) [7, с. 651]. Дж. Барнс описывал механизм функционирования социальной сети следующим образом: у индивида есть определенный круг друзей, у которых, в свою очередь, есть свои круги друзей, и в этих образующихся социальных полях не обязательно все знают друг друга. Данные

поля созданы посредством системы, в которой метафорически люди выступают точками, а их взаимосвязи — линиями, образуя сети [8].

Общественное развитие привело к тому, что функционирование социальных сетей возможно не только при личных встречах, но и в формате онлайн — в интернет-пространстве посредством различных мессенджеров, форумов, веб-сайтов и т.д. Взаимодействия в социальных сетях принято называть сетевыми.

Одним из самых известных научных трудов о социальных взаимодействиях в социологии является работа «Семья и социальная сеть» М. Грановеттера, написанная в середине XX в. В ней автор описывает различия между «сильными» и «слабыми» связями (strong and weak ties), при помощи которых все члены общества удерживаются вместе [9]. Подобные связи разграничивают сетевых акторов на формальной основе в зависимости от близости и частоты контактов между ними. Под сильными связями подразумеваются близкий круг общения: родственники, семья, друзья; а под слабыми — дальний: соседи, знакомые. В современных реалиях влияние слабых связей существенно выше, в том числе из-за развития Интернета: теперь легче искать работу, обмениваться информацией и т.д.

Итак, сетевые инструменты — это средства взаимодействия между субъектами социальных отношений, возникающие в процессе коммуникационной активности, направленные на поддержание социальной структуры общества в целом и отдельных его элементов.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье представлены результаты социологического исследования «Сетевые инструменты, доверие и шеринг», проведенного в 2024 г. Авторы использовали такой количественный метод, как опрос, а именно — онлайн-анкетирование. Исследование проводилось среди студентов Финансового университета всех курсов и направлений, поэтому подошел случайный бесповторный метод отбора выборочной совокупности. Надо было опросить 377 студентов, чтобы получить достаточно репрезентативные данные с ошибкой выборки, равной 5%. Выбранная совокупность отражает основные характеристики типового студенческого конгломерата пользователей московских сервисов транспортной экономики совместного потребления ввиду территориального фактора:

обучающиеся проживают компактно в общежитиях вблизи восьми станций метро, учатся в семи корпусах университета, расположенных в разных административных округах г. Москвы.

Результаты исследования позволяют утверждать, что важнейшими факторами (как привлекающими, так и отталкивающими), влияющими на решение пользоваться шеринг-услугами, являются: личный опыт, отзывы, рейтинги и стоимость услуг¹ (рис. 1). При сравнении результатов исследования 2024 и 2022 гг. [10] видно, что лидируют два фактора: «личный опыт пользования» и «отзывы и рейтинги пользователей услуг». А вот на третьем месте в 2024 г. году — «внешний вид товаров», а в 2022 г. — «мнение родственников, друзей и знакомых».

Ответы студентов Финансового университета на вопрос, «что значит — доверять шеринговым сервисам», можно разделить на две группы: одни респонденты говорят о доверии и объясняют его разными причинами (рис. 2), другие категорически отказываются доверять, приводя свои аргументы (рис. 3).

¹ Респондентам было предложено проранжировать факторы по степени их влияния на принятие решения о пользовании шеринг-услугами. Для сравнения факторов результаты ранжирования были переведены в индексы значимости, измеряемые от 0 до 1, где чем ближе значение стремится к 1, тем выше значимость фактора (его чаще выбирали в качестве первого среди остальных).

В комментариях первой группы отчетливо выделяются такие слова и словосочетания, как: «быть уверенным», «пользоваться», «доверяю», «безопасность». Большинство считают, что, если пользуешься какой-либо услугой, значит доверяешь ей или организации, ее предоставляющей. И, наоборот, — когда доверяешь, тогда и пользуешься: «*Пользоваться их услугами — это уже доверие*»; «*Пользоваться этим сервисом на постоянной основе*».

Ряд респондентов полагают, что можно доверять компаниям, но нельзя — людям, которые пользуются услугами экономики совместного потребления: «*Не совсем доверяю аренде авто, так как видел много случаев, где люди оставались виноватыми вследствие действий других людей*». Райдшеринг — услуга, где все зависит от порядочности и поведения людей: «*Доверяю. Ничего опасного не вижу. За исключением райдшеринга, но это уже связано с попутчиками, а не сервисом*».

Во вторую группу — тех, кто категорически отказывается доверять шеринговым сервисам, попал каждый десятый респондент. Чаще всего они употребляют фразу «нет доверия», а также слова: «подвох», «обманывают», «нерадивые», «неблагополучные». По их мнению, доверять компаниям, предоставляющим шеринг-услуги, нельзя из-за боязни за собственную безопасность, безопасность персональных данных,

	Факторы, способствующие принятию решения о пользовании		Факторы, отталкивающие от принятия решения о пользовании	
	2024 год	2022 год	2024 год	2022 год
личный опыт пользования	0,75	0,72	0,77	0,76
отзывы и рейтинги пользователей услуг	0,63 ↓	0,73	0,59	0,63
внешний вид товаров (транспорта)	0,54	0,54	0,56 ↑	0,46
мнение родственников, друзей и знакомых	0,48 ↓	0,59	0,50 ↓	0,65
интерфейс сайтов и приложений	0,35 ↑	0,25	0,32	0,31
новости в СМИ	0,20	0,17	0,31	0,23
стоимость услуг	0,63		0,63	
удобство использования приложения	0,49		0,38	

Рис. 1 / Fig. 1. Сравнение индексов доверия факторов, привлекающих к шеринг-услугам и отталкивающих от них, по двум замерам — 2022 и 2024 гг. / Comparison of trust indices for factors that attract people to sharing services and repel them from them, based on two measurements — 2022 and 2024

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.



Рис. 2 / Fig. 2. Облако слов и словосочетаний, созданное на основе положительных комментариев о доверии сервисам экономики совместного потребления / A cloud of words and phrases created based on positive comments about trust in sharing economy services

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.



Рис. 3 / Fig. 3. Облако слов и словосочетаний, созданное на основе отрицательных комментариев о доверии сервисам экономики совместного потребления / A cloud of words and phrases created based on negative comments about trust in sharing economy services

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

безответственного поведения других пользователей, недобропорядочности компаний. Рассмотрим доверие студентов каждому виду транспортной шеринг-экономики. По прошес-

твии двух лет (с 2022 и 2024 гг.) увеличилось доверие только сервисам по аренде самокатов (электросамокатов), по остальным же наблюдается снижение. Если два года назад студен-

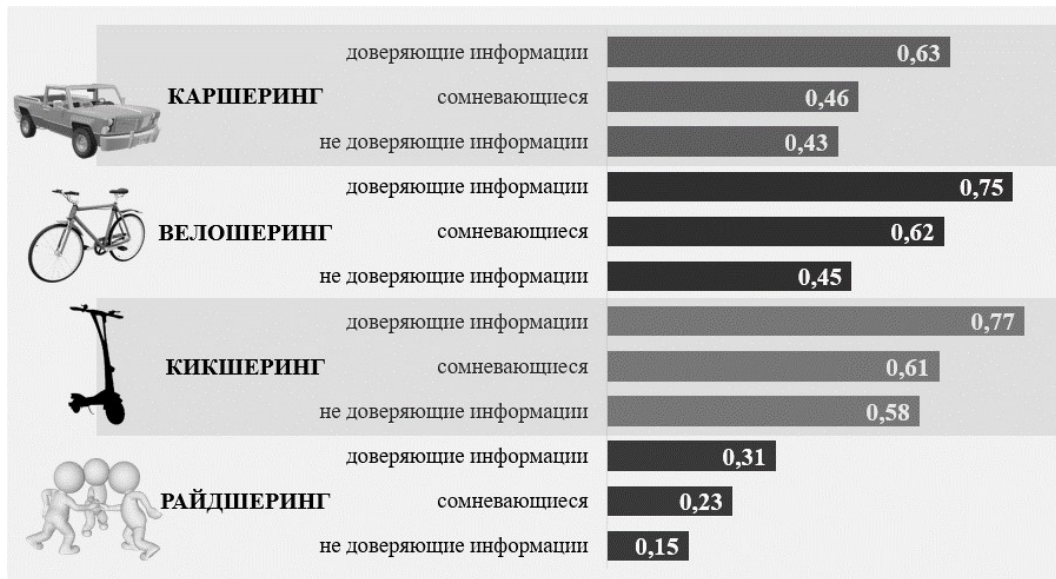


Рис. 4 / Fig. 4. Индексы доверия шеринг-сервисам в зависимости от доверия информации, содержащейся в приложениях этих сервисов / Indices of trust in sharing services depending on the trust in the information contained in the applications of these services

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

ты больше всего доверяли велшерингу (0,71 — в 2022 г. и 0,69 — в 2024 г.), то сегодня первое место занимает кикшеринг (0,63 — в 2022 г. и 0,71 — в 2024 г.). Отметим и резкий спад доверия райдшерингу, который и раньше не пользовался одобрением обучающихся (0,40 — в 2022 г. и 0,29 — в 2024 г.). На рис. 4 показана зависимость индексов доверия шеринг-сервисам от доверия информации, содержащейся в их приложениях. Очевидно, что для всех видов транспортной шеринг-экономики индекс доверия — выше, если студент доверяет информации из приложений. Но в целом доверие выше кикшерингу (от 0,77 у «доверяющих информации» до 0,58 у «не доверяющих информации») и велшерингу (от 0,75 у «доверяющих информации» до 0,45 у «не доверяющих информации»). Индекс доверия райдшерингу даже у категории «доверяющих информации из приложений» очень низкий — всего 0,31.

На рис. 5 представлены индексы доверия шеринг-сервисам в зависимости от места жительства студентов до поступления в университет. Наблюдается неожиданный результат — доверие москвичей и жителей Подмосковья ниже, чем у студентов, приехавших из других субъектов Российской Федерации. Вероятно, это объясняется тем, что различные виды транспортной шеринг-экономики в Москве

развиваются уже не первый год и являются привычными для жителей мегаполиса, которые чаще ими пользуются и знают все тонкости и нюансы. Приехавшие же из регионов более оптимистично воспринимают подобные сервисы в силу отсутствия такого опыта.

Неожиданный результат получен для райдшеринга: уровень доверия студентов из других стран — гораздо выше, чем у прибывших из субъектов Российской Федерации, и тем более — у жителей Москвы. Предположительно, данный вид сервиса больше развит за границей, сопровождается экономической выгодой и потому вызывает достаточно высокое доверие у иностранных студентов.

ВЫВОДЫ

Результаты авторского исследования показали разные уровни доверия к различным видам транспортной аренды по дифференцированным обстоятельствам.

Таким образом, можно заключить, что сетевые инструменты оказывают значительное влияние на пользователей шеринг-сервисов. При этом важно помнить о том, что инструменты не только дают пользователям различные возможности, но и несут в себе риски различного масштаба: от незначительных кратковременных сбоев — до крупного мошенничества.



Рис. 5 / Fig. 5. Индексы доверия шеринг-сервисам в зависимости от места жительства студентов до поступления в университет / Indices of trust in sharing services depending on the place of residence of students before entering university

Источник / Source: составлено авторами / compiled by the authors.

РЕКОМЕНДАЦИИ

На основе результатов исследований владельцам компаний, занимающихся предоставлением транспортных шеринговых услуг, можно дать рекомендации, способствующие формированию и укреплению доверия студенческой молодежи к сервисам транспортной sharing-экономики. Так, им следует:

- уделять больше внимания состоянию парка сдаваемых в краткосрочную аренду транспортных средств, заниматься расширением сети парковок, освоением новых районов/областей;
- улучшать качество сервиса поддержки клиентов, детально разбирать проблемные ситуации, особенно связанные с поломкой транспортных средств не по вине пользователя;
- заботиться о безопасности клиентов: информировать их о правилах пользования транспортными средствами, хранить персональные данные клиентов, гарантировать и соблюдать невозможность их распространения;
- создавать приложения для смартфонов, с помощью которых можно арендовать транспортные

средства; тщательно контролировать их бесперебойную работу, надежность и удобство использования;

- выявлять проблемы путем мониторинга отзывов на сайтах или в собственном приложении, искать пути их решения;
- активно вести страницы в социальных сетях и мессенджерах с целью привлечения клиентов, а также поддержания взаимодействия с ними: освещать (и рекламировать) предлагаемые услуги, публиковать положительные отзывы и т. д.;
- разработать или развивать (если уже имеется) программу лояльности, которая привлечет клиентов и увеличит количество их повторных обращений (например, разработать систему бонусов, которыми можно оплачивать часть стоимости следующих поездок).

Так как по результатам исследования выявлено, что сетевые инструменты оказывают на пользователей шеринг-сервисов значительное влияние, их эффективное применение может помочь компаниям привлечь больше клиентов и расширить свои горизонты.

БЛАГОДАРНОСТИ

Статья подготовлена по результатам научных исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финуниверситету.

ACKNOWLEDGEMENTS

The paper was prepared on the results of scientific research carried out at the expense of budgetary funds within the framework of the government research assignment to the Financial University.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Bryson J. AI & global governance: No one should trust AI. URL: <https://cpr.unu.edu/publications/articles/ai-global-governance-no-one-should-trust-ai.html>
2. Быкова О.Е. Концепция доверия Петра Штомпки. *Философия и общество*. 2021;2(99):119–134.
3. Коулман Дж.С. Капитал социальный и человеческий. *Общественные науки и современность*. 2001;(3):122–139.
4. Полюшкевич О.А. Доверие в меняющемся мире. *Социология*. 2021;(2): 87–92.
5. Тюриков А.Г., Власова А.В., Дронова А.С., Кунижева Д.А., Гукова А.Ю. Феномен доверия в отечественном научном дискурсе. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2022;12(5):70–78. DOI: 10.26794/2226–7867–2022–12–5–70–78
6. Зеленков М.Ю., Тюриков А.Г. Модель вызовов доверию в современной Российской Федерации. *Социодинамика*. 2022;(2):26–43. DOI: 10.25136/2409–7144.2022.2.37600
7. Воронкин А.С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ. *Образовательные технологии и общество*. 2014;17(1):650–675.
8. Сертакова Е.А. Понятие «сеть» Джона Барнса как аналитический подход в познании системы социальных отношений. Молодежь и наука: сборник материалов VI-й Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (Электронный ресурс), Красноярск, 20–25 апреля 2010 г. Красноярск: Сибирский федеральный университет; 2011.
9. Грановеттер М. Сила слабых связей. *Экономическая социология*. 2009;10(4):31–50.
10. Тюриков А.Г., Антонюк В.П., Иванова Я.С. Доверие студенческой молодежи к транспортной экономике совместного потребления. *Уровень жизни населения регионов России*. 2023;19(2):272–283. DOI: 10.52180/1999–9836_2023_19_2_10_272_283

REFERENCES

1. Bryson J. AI & global governance: No one should trust AI. URL: <https://cpr.unu.edu/publications/articles/ai-global-governance-no-one-should-trust-ai.html>
2. Bykova O.E. The concept of trust by Piotr Sztompka. *Filosofija i obshchestvo = Philosophy and Society*. 2021;2(99):119–134. (In Russ.).
3. Coleman J.S. Social and human capital. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost' = Social sciences and modernity*. 2001;(3):122–139. (In Russ.).
4. Polyushkevich O.A. Trust in a changing world. *Sotsiologiya = Sociology*. 2021;(2): 87–92. (In Russ.).
5. Tyurikov A.G., Vlasova A.V., Dronova A.S., Kunizheva D.A., Gukova A.Yu. The phenomenon of trust in domestic scientific discourse. *Gumanitarnie nauki. Vestnik Finansovogo universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2022;12(5):70–78. DOI: 10.26794/2226–7867–2022–12–5–70–78 (In Russ.).
6. Zelenkov M. Yu., Tyurikov A.G. Model of challenges to trust in the modern Russian Federation. *Sotsiodinamika = Sociodynamics*. 2022;(2):26–43. DOI: 10.25136/2409–7144.2022.2.37600 (In Russ.).
7. Voronkin A.S. Social Networks: Evolution, structure, analysis. *Obrazovatel'nyye tekhnologii i obshchestvo = Educational Technologies and Society*. 2014;17(1):650–675. (In Russ.).
8. Sertakova E.A. John Barnes's "Network" concept as an analytical approach to understanding the system of social relations. Youth and science: Proceedings of the VI All-Russian scientific and technical conference of students, postgraduates and young scientists (Electronic Resource), Krasnoyarsk, April 20–25, 2010. Krasnoyarsk: Sibirskiy federal'nyj universitet; 2011. (In Russ.).
9. Granovetter M. The Strength of weak ties. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Economic Sociology*. 2009;10(4): 31–50. (In Russ.).
10. Tyurikov A.G., Antonyuk V.P., Ivanova Ya. S. Trust of student youth in the sharing economy. *Uroven' zhizni naseleniya regionov Rossii = Standard of Living of the Population of Russian Regions*. 2023;19(2):272–283. DOI: 10.52180/1999–9836_2023_19_2_10_272_283 (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / ABOUT THE AUTHORS

Валерия Павловна Антонюк — стажер-исследователь Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга факультета социальных наук и массовых коммуникаций; главный специалист учебно-научной социологической лаборатории кафедры социологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия

Valeria P. Antonyuk — research intern at the Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Faculty of Social Sciences and Mass Communications; chief specialist of the educational and scientific sociological laboratory of the Department of Sociology, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0000-0002-5258-4007>

VPAntonyuk@fa.ru

Яна Сергеевна Иванова — стажер-исследователь Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга факультета социальных наук и массовых коммуникаций; заместитель заведующего учебно-научной социологической лабораторией кафедры социологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия

Yana S. Ivanova — research intern at the Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Faculty of Social Sciences and Mass Communications; deputy head of the educational and scientific sociological laboratory of the Department of Sociology, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0000-0001-8740-7169>

Автор для корреспонденции / Corresponding author:

YaSIvanova@fa.ru

Александр Георгиевич Тюриков — доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия

Alexandr G. Tyurikov — Dr. Sci. (Sociological), Prof., Chief Researcher, Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia

<https://orcid.org/0000-0001-8388-9543>

agtyurikov@fa.ru

Заявленный вклад авторов:

В.П. Антонюк — анализ исследования «Сетевые инструменты, доверие и шеринг».

Я.С. Иванова — анализ исследования «Сетевые инструменты, доверие и шеринг».

А.Г. Тюриков — разработка общей концепции статьи.

Authors' contributions:

V.P. Antonyuk — analysis of the study “Network tools, trust and sharing”.

Ya.S. Ivanova — analysis of the study “Network tools, trust and sharing”.

A.G. Tyurikov — development of the general concept of the article.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflicts of Interest Statement: The authors have no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 15.03.2024; принята к публикации 12.04.2024.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

The article was submitted on 15.03.2024; accepted for publication on 12.04.2024.

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