

ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕГИОНАЛИСТИКА И ЭТНОПОЛИТИКА

УДК 316.4: 323.2

DOI 10.31143/2542-212X-2019-4-128-152

**ШЕРИНГ-ЭКОНОМИКА, ДОВЕРИЕ И ПОЛИТИЧЕСКОЕ УЧАСТИЕ В
СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: ПО
МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ¹****М.З.ШОГЕНОВ**

*Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова
360004, КБР, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173
E-mail: shogen@inbox.ru*

А.А. ХОКОНОВ

*Финансовый университет при Правительстве РФ
125167, г. Москва, Ленинградский проспект, 49
E-mail: dr_enzo@mail.ru*

Аннотация. Целью настоящего исследования является изучение общественного мнения в отношении перспектив экономики совместного пользования как фактора гражданского и политического участия. В фокусе работы находятся вопросы, связанные влиянием шеринг-экономических практик и цифровых краудсорсинговых факторов доверия на накопление социального капитала, гражданское сотрудничество и политическую активность. В качестве исследуемого материала анализируются результаты социологического исследования, проведенного в четырех регионах РФ – г. Москва, г. Санкт-Петербург, г. Краснодар и г. Нальчик. Авторы выявили связь между высоким уровнем участия в пользовании сервисами экономики совместного потребления и (1) ростом значения цифровых источников доверия в общей структуре факторов, (2) большей готовностью к неформальному сотрудничеству и кооперации, и (3) высокой электоральной активностью, а также более критическом отношении к органам государственной власти и политическим институтам. Результаты исследования повалили сделать вывод, что шеринг-экономика обуславливает изменения в традиционной системе общественных отношений, что создает предпосылки для трансформации гражданских и политических институтов. Вместе с тем, для оценки устойчивости изученных причинно-следственных связей необходимы дальнейшие длительные наблюдения за эффектами шеринг-экономических отношений наряду с другими социальными факторами.

Ключевые слова: шеринг-экономика; доверие; сотрудничество; гражданское участие; политическое участие; политические институты.

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований. Проект 19-011-31495 «Факторы, содержание и сценарии трансформации политических институтов в условиях развития экономики совместного потребления (sharing economy)» и сетевых информационных технологий».

SHARING ECONOMY, TRUST AND POLITICAL PARTICIPATION IN MODERN INFORMATION SOCIETY: BASED ON SOCIOLOGICAL SURVEY MATERIALS

M.Z. SHOGENOV

*Kabardino-Balkarian State University named after H.M. Berbekov
360004, KBR, Nalchik, Chernyshevsky str., 173
E-mail: shogen@inbox.ru*

A.A. KHOKONOV

*Financial University under the Government of the Russian Federation
125167, Moscow, Leningradsky Prospekt 49
E-mail: dr_enzo@mail.ru*

Abstract. The purpose of this study is to examine public opinion regarding perspectives of sharing economy as a factor of civic and political participation. The research is focused on issues related to influence of sharing economy practices and crowdsourced digital trust on social capital, civic cooperation and political activism. The study is based on materials of the sociological survey conducted in four regions of the Russian Federation — Moscow, St. Petersburg, Krasnodar, and Nalchik. There is a connection revealed between a higher level of participation in sharing economy and (1) increased importance of digital trust in the overall structure of trust sources, (2) a greater readiness for informal cooperation, (3) a higher voter turnout and a more critical attitude to the state authorities and current political institutions. As a result, authors conclude that sharing economy is causing changes in traditional system of societal relations, which creates the prerequisites for transformation of civil and political institutions. However, further long-term observations of the effects of sharing economy practices along with other social factors are needed to assess the sustainability of the causality.

Keywords: sharing economy; trust; cooperation; civic participation; political participation; political institutions.

1. Введение

Шеринг-экономика (sharing economy) как современный феномен привлекала себе повышенное внимание исследователей в связи с широким распространением Интернета в начале 2000 годов. Благодаря информационным технологиям стало возможным появление новых форм рыночного обмена между незнакомыми людьми вместо традиционных, закрытых внутри сообществ. Эти формы обмена создают возможности доступа к товарам и услугам через совместное потребление по типу пиринговых отношений, или, другими словами отношений «равный-равному» (peer-to-peer), без участия иных рыночных посредников. В 2011 году авторитетный журнал «Time» навал совместное потребление одной из 10 идей, способных изменить мир к лучшему.

Объем рынка шеринг-экономики оценивался в 2014 году в 14 млрд. долларов, а к 2025 году ожидается его рост до 335 млрд. долларов¹.

Помимо собственно инновационной информационно-экономической составляющей отмечается и социально-трансформативное значение шеринг-экономики. Это связывается с ее потенциалом обеспечивать равный и широкий доступ к материальным благам и услугам, с позитивными экологическими эффектами снижающихся объемов производства, с возможностями вовлечения в справедливый экономический обмен категорий граждан с ограниченной для традиционного рынка труда профессиональной квалификацией [Schor 2010].

Изучение взаимосвязи шеринг-экономики и множественных кризисных явлений в различных сферах жизни современного общества и государства является одним из популярных исследовательских направлений [Sharing... 2018]. Так, британский исследователь Стюарт Лансли указывает на то, что в основе растущего неравенства лежат различные модели корпоративного капитализма и увеличивающиеся объемы частного капитала. Проблема неравенства, по его мнению, может быть решена только путем «деконцентрации» благосостояния, а понятие шеринг-экономики может служить для определения отдельного направления политики, направленной на обеспечение более равномерного распределения доходов от экономической деятельности и растущего общественного благосостояния [Lansley 2016]. Наиболее известными популяризаторами шеринг-экономики являются Рйечел Ботсман и Ру Роджерс. Их публикации, посвященные исследованию механизмов сотрудничества и кооперативного поведения среди участников шеринг-платформ, стали основой для возникновения целого социального движения, направленного на цели муниципального развития, экологии, информационной прозрачности и демократического управления [Botsman, Rogers 2010]. Многие социальные движения и активисты присоединились к шерингу для укрепления своих позиций, видя в пиринговых платформах обмена будущее настоящей, низовой гражданской активности.

Вместе с тем, критики новой экономики обмена, анализируя преимущественно деятельность коммерческих шеринг-платформ, ставят под сомнение выводы их сторонников о прогрессивном, ведущем к росту социальной справедливом характере новых практик обмена. В них усматривается форма эксплуатации труда, способная привести к появлению нового прекариата – класса работников, находящихся на самом краю экономической безопасности. По мнению критиков, основным мотивом участия в обмене является не доверие, а отчаяние [Slee 2016]. Часть критики приходится на проблемы нормативно-правового регулирования деятельности шеринг-платформ [Katz 2015]. Экономист Дин Бейкер утверждает, что шеринг «в значительной степени базируется на обходе нормативно-правовых актов и нарушении законов» и предлагает потребителям не стандартизированные и,

¹ The Sharing Economy Contents: Consumer Intelligence Series // PricewaterhouseCoopers: website. URL: https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf (дата обращения: 21.11.2019)

возможно, небезопасные услуги¹. Другой исследователь-скептик Энтони Каламар называет «шеринг-промыиванием-мозгов» (sharewashing), стремлением платформ переложить все риски на пользователей под видом шеринга². Некоторые активисты прямо обвиняют популярные коммерческие шеринг-платформы в том, что их пользователи зарабатывают лишь небольшие деньги, в то время, как почти половина дохода генерируется за счет комиссий внутри корпораций³. Многие шеринг-платформы уже поддержаны крупными профильными венчурными капиталами, что, напротив, может привести к большей монополизации рынка. По мнению Джулиан Агиман и др. ключевым условием обеспечения и поддержания социальной справедливости шеринг-экономики является фокус на локальное городское пространство, поддержка коллективных, публичных форм совместного пользования, и соответствующая последовательная политика⁴.

По мнению Джулиет Счор, способность новых практик выступать инструментом преодоления социального неравенства зависит от перспектив их интеграции в социальные движения муниципального уровня: чем больше интеграция, тем больше вероятность достижения указанных целей. По ее мнению, технологии, которые лежат в основе шеринга, позволяют обмениваться информацией, создавать социальные связи и кооперацию с ранее незнакомыми людьми, социально-трансформативны и предоставляют собой мощный инструмент формирования социальной солидарности, демократического управления и устойчивого развития [Schor 2014].

Дискуссии об ограничениях шеринг-экономики связаны с тем, как определяются те или иные примеры совместного потребления, что отличает новые практики обмена от традиционных. Выделяют три ключевые типологические характеристики шеринг-экономики: 1) возможность вступать в экономический обмен с ранее незнакомыми людьми благодаря новым источникам доверия, не связанным с локальным социальным и культурным капиталом; 2) цифровые информационные технологии, которые обеспечивают мгновенный краудсорсинг рейтинговой и репутационной информации об участниках; 3) высокая доля участия в обмене потребителей, для которых обмен – это скорее культурный, ценностный выбор, чем экономическая необходимость [Handbook... 2017].

¹ Baker, Dean. Don't Buy the «Sharing Economy» Hype: Aibnb and Uber Are Facilitating Ripoffs // The Guardian: website. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/may/27/airbnb-uber-taxes-regulation> (дата обращения: 21.11.2019)

² Kalamar, Anthony. Sharewashing is the New Greenwashing // OpEd News: website. URL: <https://www.opednews.com/populum/page.php?f=Sharewashing-is-the-New-Gr-by-Anthony-Kalamar-130513-834.html> (дата обращения: 21.11.2019)

³ Slee Tom. Sharing and Caring // Jacobin Magazine: website. URL: <https://www.jacobinmag.com/2014/01/sharing-and-caring> (дата обращения: 21.11.2019)

⁴ Agyeman Julian, Duncan McLaren, Adrienne Schaefer-Borrego. Sharing Cities. Friends of Earth Briefing Paper // Friends of Earth: website. URL: https://friendsoftheearth.uk/sites/default/files/downloads/agyeman_sharing_cities.pdf (дата обращения: 21.11.2019)

Вопросы доверия и репутации составляют одно из наиболее важных направлений исследований шеринг-экономики. Так, множество авторов обращается к анализу ограничений репутационных механизмов шеринг-платформ, в частности, влиянию на объективность оценок таких факторов как социальный прессинг, а также возможное искажение информации из-за анонимных отзывов [Lauterbach et al. 2009]. Некоторые исследования показывают, что краудсорсинговые (crowdsourcing) репутационные механизмы уязвимы для намеренных влияний со стороны объединяющихся внутри шеринг-платформ групп интересов [Wang, Nakao 2010]. Исследование М. Ри и Н. Такахаши показало, что альтруистическое поведение не является необходимым, что демонстрирует, по его мнению, как возникающие нормы обмена существуют до тех пор, пока у участников есть индивидуальное ощущение справедливости [Rie, Takahashi 2008].

Отдельное направление исследований посвящено тому, как шеринг-экономика может стимулировать социальную активность на уровне локальных сообществ, или даже формирование таковых. Исследования Л. Озан и П. Балантайн выявили, что среди участников платформы по обмену игрушками возникала площадка единомышленников, объединенных антипотребительскими ценностями [Ozanne, Ballantine 2010]. П. Альбинсон и Я. Перера делают предположение о том, что индивиды, вовлеченные в шеринг-экономику посредством альтернативных площадок рыночного обмена, формируют на локальном уровне сообщество «граждан-потребителей», преследующих цели более устойчивого и предсказуемого будущего [Albinsson, Perera 2012]. Исследование Ф. Сетиффи позволило автору сделать вывод о том, что массовый обмен, или рециркуляция товаров длительного пользования, приобретают социальное значение, что ставит вопрос о необходимости теоретизации, так называемой, «культуры бывшего в употреблении» [Setiffi 2011].

Другие исследования, напротив, указывают на меньшее значение социальных связей, возникающих среди участников шеринг-платформ. Так, Ф. Барди и Г. Экхард обнаружили, что альтруистическое поведение, ассоциируемое с шеринг-экономикой, может быть ограничено коммерческим посредничеством самих платформ, а также возможностью для участников оставаться анонимными [Bardhi, Eckhardt 2012]. Исследование сервисов по обмену услугами (банки времени) также выявили ограничения в формировании социального капитала, поскольку многие участники не предлагают для обмена услуги, за которые они могут быть материально вознаграждены на традиционном рынке труда и стараются предлагать услуги, в которых они недостаточно компетентны [Emilie et al. 2014]. Исследование А. Фентон сервиса по обмену транспортом выявило распространенную среди участников убежденность в том, что платформа может создавать устойчивые социальные связи, которые они преимущественно описывают как «анонимные» и «стерильные» [Handbook... 2017]. Помимо ограничений, связанных с формированием социальных связей и социального капитала, ряд исследований указывают на способность некоторых шеринг-платформ воспроизводить среди

участников неравенство и дискриминацию через выбор партнеров по обмену на основе расовых, культурных и социальных стереотипов [Cheng, Foley 2018].

Продолжающиеся дебаты о социально-трансформативном потенциале шеринг-экономики связаны с недостатком длительных наблюдений за ее эффектами. Некоторые из шеринг-практик действительно могут стимулировать более справедливые, устойчивые и социально-интегрированные экономические отношения. Другие практики, напротив, воспроизводят существующую социальную несправедливость, дискриминацию, стимулируют лишь незначительный потребительский спрос, или же сливаются с традиционными формами бизнеса. Перспективы развития тех или иных шеринг-практик зависят от ряда факторов, таких как тип площадки – пиринговая или с участием посредников, бизнес-модель – коммерческая или некоммерческая, а также тем, что является предметом обмена – сами товары, услуги или время, либо деньги. Учитывая, что практики совместного потребления достаточно новы, можно ожидать дальнейший их значительный рост и распространение.

2. Методология и материалы исследования

Таким образом, сотрудничество среди участников обмена, а также основания, на которых оно строится и механизмы его воспроизводства, являются важнейшими характеристиками экономики совместного потребления. Одним из ключевых оснований сотрудничества и наиболее сложных в изучении считается доверие как социальный и культурный феномен, имеющий, в свою очередь, социально-трансформативный потенциал, в том числе и для сферы общественно-политических отношений.

В социальной теории можно выделить два основных направления интерпретаций феномена доверия. Первое направление рассматривает доверие как культурно обусловленный иррациональный феномен, присущий обществам традиционного типа, основанный на принципе веры, чувстве уверенности в другом человеке, в его словах и действиях [Штомпка 2012; Фукуяма 2008; Гарфинкель 2009]. Другое направление понимает доверие как социальный ресурс и рациональный продукт, основанный на расчете, а не на иррациональном чувстве. По мнению сторонников этого подхода, потребность в доверии как основе социального взаимодействия в перманентных обстоятельствах риска и неопределенности в большей степени присуща современному обществу [Луман 2000; Парсонс 1998]. Современная рационализация доверия имеет во многом экономическое измерение – способность доверия оказывать влияние на экономическую эффективность через сокращение «транзакционных издержек» [Веселов 2011]. Существует мнение, что оба типа доверия – иррациональное и рациональное – сосуществуют в современном обществе в условиях острой потребности в доверии как интегрирующем механизме, обладающем потенциалом социальной кооперации и консолидации [Кривоусков 2013].

Для объяснения потенциала сотрудничества, основанного на доверии необходимо обратиться понятию социального капитала, который можно определить, как некий кредит доверия, облегчающий любой акт социального

обмена [Бурдые 2004; Бурдые 2005], как потенциал взаимного доверия и взаимопомощи [Коулмен 2001]. Социальный капитал позволяет мобилизовать ресурсы отношений на основе доверия людей друг к другу. Часть исследователей, наряду с социальным капиталом (принадлежность к социальной группе) и культурным (принадлежность к культуре), выделяют символический капитал (репутация, внешность, имя, знаки достоинства, высокого социального статуса и т.п.) [Бурдые 1994]. В структуре социального капитала выделяют две составляющие: репутацию как реальную, рациональную составляющую и имидж как эмоциональную и виртуальную составляющую капитала. Таким образом, репутацию, имеющую объективно культурное либо субъективно личностное символическое значение, можно отнести к компонентам социального капитала [Иванов 2010]. Репутационное строительство предполагает наращивание экономического, культурного и социального капиталов. Вместе с тем, все виды капитала имеют социальную природу, все они оказывают воздействие друг на друга, а также имеют способность ко взаимной конвертации: символический капитал позволяет притягивать к себе капитал как экономический, так и политический [Радаев 2002].

Значение рейтинговой и репутационной информации об участниках обмена относится к сути вопросов, связанных с доверием и сотрудничеством в экономике совместного пользования. Поскольку шеринг-платформы стимулируют частный обмен между ранее незнакомыми людьми, он связан с рисками, которые снижаются посредством краудсорсинговых систем выставления оценок и рейтингов. Цифровизация публичного пространства экономического обмена в режиме реального времени снижает транзакционные издержки и создает новые возможности, обеспечивая чувство безопасности при взаимодействии с незнакомыми людьми.

Вместе с тем, вопрос о том, могут ли шеринг-платформы действительно создавать социальное доверие и устойчивые социальные связи является одним из наиболее дискуссионных. Так, ряд исследований показывают, что в некоторых случаях между пользователями шеринг-платформ возникают дружеские связи [Ozanne, Ballantine 2010; Albinsson, Perera 2012; Setiffi 2011]. Однако более длительные наблюдения свидетельствуют о том, что такие связи скорее иллюзорны и преходящи, пользователи говорят о своем разочаровании в качестве установившихся социальных связей, описывают их как «анонимные» и «стерильные» [Handbook... 2017]. Для объяснения этого явления наиболее полезным, на наш взгляд, будет обращение к концепции кооперативного поведения, разрабатываемой в рамках теории игр.

В соответствии с исследованиями Р. Аксельрода, одного из ведущих теоретиков сотрудничества, ключевым его условием является продолжительность во времени. Множественность транзакций делает сотрудничество более рациональным выбором в неопределенной перспективе, чем эгоистичное поведение при единичных коммуникациях. Рациональность сотрудничества, как наиболее удачная стратегия, утверждается эволюционным путем – эгоистические стратегии игнорируются как неэффективные. То есть,

взаимовыгодные отношения становятся настолько распространенными, что личность участников уже не имеет значения. Более того, сотрудничество, основанное на взаимности, ведет к самоуправлению, так как необходимости в третьей стороне или центральном авторитете нет. Таким образом, фундаментом сотрудничества служит не доверие, а продолжительность отношений, в ходе которых вырабатываются наиболее удачные стратегии поведения и устойчивые образцы сотрудничества [Axelrod 2006].

Применительно к шеринг-экономике условия сотрудничества возникают благодаря повторяющемуся взаимодействию, множественности транзакций, возможности получения выгоды каждым из участников, а также скорости обмена информацией, формирующей репутационный капитал. Доступные для участников индивидуальные профили и страхование сделок на шеринг-платформах создают условия для безопасных сделок. Исследования показывают, что люди склонны доверять групповым рейтингам продуктов и услуг. То же справедливо и в отношении оценок отдельных людей. Пока у участников есть стимулы избегать необоснованного сотрудничества, из-за угрозы возникновения репутационных рисков, шеринг-платформа будет воспроизводить сценарии сотрудничества и минимизировать появление других сценариев. Такой репутационный капитал может рассматриваться как кроссплатформенное решение для стимулирования сотрудничества и создания безопасных условий в любом сообществе обмена.

В связи с этим интерес представляет то, насколько опыт сотрудничества и репутационный капитал участников обмена, возникший в рамках шеринг-платформ, имеет потенциал к трансформации в иные формы сотрудничества, в частности в гражданском и политическом секторах общественных отношений.

Так некоторые западные исследователи отмечают, что альтернативой коммерческой эксплуатации шеринг отношений является объединение платформ в большее социальное движение, преследующее цели перераспределения благосостояния, стимулирование гражданского участия, защиту экологии и укрепление социальные связи. Однако это предполагает организацию этого движения, то есть формирование некоего союза пользователей. К примеру, сервис аренды жилья Airbnb начал стимулировать пользователей к такой организации. В 2013 году Airbnb создал платформу для функционирования социального движения владельцев недвижимости, гостей и сотрудников, в рамках которой было создано множество локальных групп пользователей, которые встречаются онлайн и офлайн для обмена опытом и обсуждения различных вопросов, в том числе связанных с влиянием на государственную политику (public policy). Компания ожидает от таких групп достижения лучших условий нормативно-правового регулирования деятельности платформы в том или ином городе, регионе или даже государстве.

Таким образом, прецеденты трансформации опыта шеринг сотрудничества в модели гражданского и даже политического участия, совместной кооперации граждан, объединенных территориальным признаком и соответственно общностью интересов, выходящих за рамки экономического обмена, уже существуют и представляют, как нам кажется, значительный

исследовательский интерес. Такие группы могут формировать собственные повестки, включающие требования и к самой платформе, к примеру, в области ценовой политики или распределения рисков. Существующие платформы потенциально могут управляться пользователями и быть в кооперативной собственности, чего уже требуют многие пользователи. Дискурсы шеринг-платформ в значительной степени подтверждают способность современных технологий и в целом цифровизации публичного пространства расширять возможности гражданского и политического участия граждан. В свою очередь, институты и организации гражданского общества, союзы, общественные группы и кооперативы могут создавать собственные платформы для достижения тех же эффектов сотрудничества, но уже не для коммерческих целей, но общественных и политических.

Трансформируя теоретическую концептуализацию в прикладное эмпирическое исследование, авторы провели конкретное социологическое исследование на тему «Экономика совместного пользования, социальный капитал и политические институты», для которого были сформулированы следующие *исследовательские вопросы*:

1. Оказывает ли участие в практиках экономического обмена влияние на появление и накопление социального капитала, имеющего перспективу для сотрудничества в других сферах общественной?

2. Каковы современные источники доверия и соотношение традиционных культурно-обусловленных его оснований и краудсорсинговых, связанных с появлением и распространением цифрового публичного пространства?

3. Оказывает ли опыт участия в практиках экономического обмена на уровень социального капитала и готовность к сотрудничеству, а также влияние на содержание и формы гражданской активности вне экономического сектора общественных отношений?

4. Возможна ли трансформация практик и опыта сотрудничества, накопленных в сфере экономического обмена и гражданской активности, в политическое участие? Обладает ли это участие трансформативным потенциалом для политических институтов?

Цель исследования – изучение общественного мнения в отношении перспектив экономики совместного пользования как фактора роста гражданского и политического участия – предполагала решение следующих исследовательских задач:

- выявить степень распространённости и уровень участия граждан в пользовании шеринг-платформами, включая формы участия в практиках обмена, частоту, наиболее популярные виды услуг, мотивацию пользователей, возможности установления новых социальных связей, особенности воспроизводства или преодоления дискриминационных установок,

- оценить существующий в обществе уровень доверия, включая его общий уровень, социальные, демографические и культурные источники доверия, соотношение традиционных культурных и цифровых краудсорсинговых источников доверия;

- выявить особенности гражданской активности опрошенных, включая формы и уровень участия в формализованных некоммерческих общественных организациях или объединениях, участие в различных неформальных гражданских инициативах, а также их мнение относительно допустимости участия граждан в тех или иных формах общественной деятельности и гражданской протестной активности;

- изучить особенности политического участия респондентов, включая уровень доверия к различным гражданским и политическим институтам, электоральную активность на различных уровнях управления, формы участия в выборном процессе, мнение о допустимой деятельности НКО во время выборов, а также готовность к изменениям политических институтов и приоритетные способы политической протестной активности;

- представить социально-демографическую характеристику опрошенных в контексте представлений опрошенных о различных аспектах ценностной оппозиции «владение-пользование» и ведущих классовых маркерах идентичности.

В качестве основной гипотезы было выдвинуто предположение о том, что экономика совместного пользования, основанная на расширении и цифровизации публичного пространства, обуславливает социальные и культурные изменения в традиционной системе общественных отношений и системе ценностей, что в свою очередь создает предпосылки для трансформации гражданских и политических институтов.

Объектом исследования выступили респонденты выборочной совокупности четырех регионов проведения опроса – г. Москва, г. Санкт-Петербург, г. Краснодар и г. Нальчик. Предмет исследования – общественное мнение и оценки респондентов по различным блокам вопросов в соответствии с программой исследования. Выборочная совокупность составила – 800 человек. Выборка была целевая, пропорциональная – по 200 респондентов для каждого города – пользователей услуг сервисов экономики совместного пользования, самостоятельно изъявивших желание участвовать в исследовании в результате таргетированной рекламы опроса в указанных регионах. Исследование было проведено в октябре – ноябре 2019 г. Форма проведения – онлайн опрос по стандартизированному опроснику.

3. Результаты

Структура опросника включала в себя пять тематических блоков, необходимых для раскрытия поставленных исследовательских вопросов.

3.1. Пользование шеринг-платформами

Первый блок вопросов был направлен на выявление общих оценок и отношения респондентов к услугам шеринга, а также возможном опыте пользования ими.

Среди общего числа принявших участие в опросе около половины указало, что пользовалось услугами сервисов совместного потребления за

последние 12 месяцев. Наибольшей популярностью подобные услуги пользуются в городах Краснодар, Москва и Санкт-Петербург. В меньшей степени в г. Нальчик – 19,7% (табл. 1). Соответствующее распределение наблюдается и в числе пользующихся подобными сервисами «на постоянной основе, ежедневно», «регулярно, несколько раз в неделю» и «время от времени, несколько раз в месяц». Более ½ пользователей из Нальчика обращаются к этим сервисам «редко, не чаще раза в год».

Таблица 1. Распределение ответов на вопрос «Пользовались ли Вы сервисами совместного потребления товаров или услуг за последние 12 месяцев?»

	Москва	СПб	Краснодар	Нальчик	Всего
Да	58,5%	52,0%	65,1%	19,7%	48,8%
Нет	41,5%	48,0%	34,9%	80,3%	51,2%
Итого	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Наибольшей популярностью пользуются такие виды услуг, как: 1) транспортные, такси, поиск попутчиков и пассажиров; 2) поиск и предложение товаров и услуги в социальных сетях и сервисах объявлений, а также услуги в сфере аренды сдача в аренду жилья. При этом пользователи наибольшую активность не только в пользовании, но и предоставлении услуг проявляют в сервисах объявлений и услугах такси (табл. 2).

Таблица 2. Распределение ответов на вопрос «Какими именно и каким образом Вы пользовались сервисами совместного потребления товаров или услуг?»

	Предоставляю	Пользуюсь
Банки времени – обмен бытовыми и прочими услугами (по ремонту, уборке и др.)	6,9%	11,4%
Платные бытовые услуги (такие сервисы как «Муж на час», «Мастер на час»)	5,7%	7,1%
Кар-шеринг – аренда/сдача в аренду транспорта (Яндекс.Драйв, Делимобиль, Belca Car)	5,1%	17,4%
Услуги такси (такие сервисы как Яндекс.Такси, Uber, GetTaxi)	17,7%	61,5%
Аренда жилья и сдача в аренду жилья (такие сервисы как Airbnb, Avito, Booking.com)	7,0%	32,1%
Поиск попутчиков и пассажиров (такие сервисы как BlaBlaCar, «Попутчик», VanaraCar)	7,6%	20,8%
Товары и услуги в социальных сетях и сервисах объявлений (Avito, Юла и др.)	26,1%	45,6%
Различные кассы взаимопомощи (материальной, финансовой)	6,1%	7,4%

Среди основных причин, по которым респонденты предпочитают сервисы совместного пользования традиционным видам потребления товаров или услуг выделяются «стоимость, более доступные цены, экономия», «время, быстрое получение услуги, удобное время работы», «выбор, больше различных

предложений» и «удобство оплаты, учета финансов». По мнению абсолютного большинства, опрошенных во всех регионах сервисы совместного потребления товаров или услуг позволяют заводить новые знакомства или дружеские связи.

В выборе факторов, определяющих предпочтения респондентов в выборе поставщиков товаров и услуг, приоритет на стороне факторов информационно-цифрового характера в сравнении с традиционными, такими как возраст, пол или национальная принадлежность, но. В Москве, Санкт-Петербурге и Краснодаре наибольшее значение с примерно равным соотношением имеют такие критерии, как «оценки и отзывы других, незнакомых вам пользователей», «публичные рейтинги» и «репутация на основе опыта знакомых людей». В Нальчике наибольшее значение для выбора имеют факторы «оценки и отзывы других, незнакомых вам пользователей» и «репутация на основе опыта знакомых людей» (рис. 1).



Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос «Что из перечисленного является для Вас важным и определяет выбор пользователей или поставщиков товаров и услуг при использовании сервисами совместного потребления?»

3.2. Доверие

Следующий блок вопросов был посвящен проблематике доверия в его связи с экономикой совместного пользования.

Около ¼ опрошенных в каждом регионе занимают срединное положение в оценках того, насколько можно доверять незнакомым людям. Однако в региональном разрезе почти такое же число респондентов из Нальчика проявили самую низкую степень доверия к незнакомцам. Среди категорий людей, пользующихся наибольшим доверием во всех регионах, выделяются в первую очередь члены семьи, люди, которых респонденты знают лично. Популярным ответом во всех регионах является «люди одного с вами поколения». В Москве эта категория людей уступает категории «ваши знакомые из социальных сетей». Сопоставимый уровень доверия к этой

категории наблюдается в Краснодаре и Санкт-Петербурге. В Нальчике этот показатель уступает категориям «люди одного с вами поколения» и «люди одного с вами социального класса» (табл. 3).

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос «Не могли бы вы указать для каждой из следующих категорий, в какой степени Вы доверяете людям из этих групп?»¹

	Москва	СПб	Краснодар	Нальчик	Всего
Ваша семья	98,8%	98,8%	100,0%	96,7%	98,6%
Люди, которых вы знаете лично	86,6%	86,5%	89,9%	80,3%	85,8%
Ваши знакомые из социальных сетей	53,7%	50,8%	57,8%	34,4%	49,2%
Люди одного с вами социального класса	46,3%	53,2%	62,4%	45,9%	52,0%
Люди одного с вами поколения	42,7%	50,4%	55,0%	52,5%	50,1%

Около 2/3 респондентов в каждом регионе согласно с тем, что «публичным рейтингам можно доверять, потому что они формируются из отзывов и оценок других пользователей». Более 1/2 опрошенных согласны с тем, что «незнакомые пользователи сервисов шеринг-услуг с высоким публичным рейтингом заслуживают больше доверия, чем просто незнакомые люди». Самый низкий уровень согласия с этим утверждением отмечается в Нальчике. По мнению половины респондентов в каждом регионе «публичные рейтинги пользователей сервисов шеринг-услуг влияют и на их репутацию в обычной жизни», а «при выборе товаров или услуг следует ориентироваться на отзывы пользователей и публичные рейтинги, чем на мнение знакомых людей».

3.3. Гражданская активность

В следующем блоке вопросов респондентам было предложено оценить различные аспекты, связанные с современными особенностями гражданской активности, участием в ней граждан, а и взаимодействия государственной власти и общества.

На вопрос о том, участвуют ли респонденты в каких-либо некоммерческих общественных организациях или объединениях на постоянной основе абсолютное большинство ответило отрицательно. Наименьшее вовлечение в формализованную гражданскую активность наблюдается в Нальчике (табл. 4).

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос «Участвуете ли Вы в каких-либо некоммерческих общественных организациях или объединениях на постоянной основе?»

	Москва	СПб	Краснодар	Нальчик	Всего
Да	17,1%	21,4%	30,3%	11,5%	20,1%
Нет	82,9%	78,6%	69,7%	88,5%	79,9%
Итого	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

¹ Сумма ответов для вариантов «доверяю полностью» и «скорее доверяю»

Среди видов общественной деятельности, в которых опрошенные принимали участие в течение последних 12 месяцев, наибольшей популярностью во всех регионах, за исключением Москвы пользуются «добровольные гражданские инициативы по своей воле, а не по поручению какой-либо некоммерческой общественной организации». В Москве наиболее популярно «неофициальное сотрудничество с отдельными людьми или группой лиц для решения какой-либо местной проблемы». «Участие в неофициальных общественных собраниях, сходах жителей для того, чтобы разрешить какие-либо важные местные проблемы» популярно среди ¼ опрошенных.

Респонденты из Нальчика, в отличие от других регионов, в меньшей степени согласны с тем, что граждане могут принимать участие в решении таких социальных вопросов, как «избирательный процесс» (прозрачность и справедливость выборов и т.д.), «прозрачность и подотчетность государственных учреждений», «борьба с коррупцией», «благотворительная деятельность», «общественная и социальная работа», «образование» и «жилищно-коммунальное хозяйство». При этом, по их мнению, «межнациональные отношения» и «межрелигиозные отношения» могут быть сферой участия граждан. В том, что касается решения насущных вопросов благоустройства и поддержания порядка на общей территории, реагирования на нарушение общественного порядка, разрешения конфликтов и других проблем совместного проживания «собираться вместе и решать проблему» в Нальчике больше соответствует духу местных традиций, чем в других регионах (табл. 5).

Таблица 5. Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, следует ли рядовым гражданам принимать активное участие в решении указанных социальных вопросов или ими должно заниматься только государство?»¹

	Москва	СПб	Краснодар	Нальчик	Всего
Избирательный процесс (прозрачность и справедливость выборов и т.д.)	89,0%	86,1%	89,9%	75,4%	85,1%
Прозрачность и подотчетность государственных учреждений	70,7%	63,1%	63,3%	52,5%	62,4%
Борьба с коррупцией	70,7%	69,4%	77,1%	54,1%	67,8%
Межнациональные отношения	51,2%	56,7%	56,9%	63,9%	57,2%
Межрелигиозные отношения	58,5%	62,7%	63,3%	67,2%	62,9%
Права человека	75,6%	80,2%	89,0%	70,5%	78,8%
Благотворительная деятельность	85,4%	86,9%	92,7%	78,7%	85,9%
Образование	65,9%	66,3%	74,3%	52,5%	64,7%
Общественная и социальная работа	81,7%	83,3%	93,6%	67,2%	81,5%
Жилищно-коммунальное хозяйство	63,4%	63,1%	73,4%	44,3%	61,0%
Порядок и безопасность в вашем городе/районе/селе	54,9%	58,3%	63,3%	54,1%	57,7%
Защита окружающей среды	74,4%	79,8%	87,2%	73,8%	78,8%

¹ Указана сумма ответов для варианта «граждане могут участвовать»

Во всех регионах, по мнению респондентов, наиболее эффективно решать общественные проблемы могут в первую очередь «соответствующие государственные органы». Затем идут «официально зарегистрированные общественные организации», «частные инициативы отдельных лиц, которые имеют средства и влияние в обществе» и «официально не зарегистрированные группы людей, объединенные общими интересами и целями». В гипотетической ситуации существования планов какого-либо строительства (например, здания или дороги) в районе или селе, против которого у респондентов есть категорические возражения, опрошенные готовы, в первую очередь, «направить протест в местную администрацию», затем «в вышестоящий административный орган», а уже следом «обратиться за помощью к общественным организациям». Последний вариант ответа пользуется наименьшей популярностью в Нальчике.

Большинство опрошенных оценивают добровольную общественную деятельность, осуществляемую некоммерческими общественными организациями или объединениями граждан не по инициативе государства или органов власти как «форму помощи государству в деле достижения общенациональных целей», а также «как проявление личного стремления изменить жизнь к лучшему». Вместе с тем в Москве, количество тех, кто выбрал вариант ответа «как альтернативу неэффективным государственным учреждениям и структурам» самое значительное среди регионов выборки (таб. 6).

Таблица 6. Распределение ответов на вопрос «Как Вы оцениваете добровольную общественную деятельность, осуществляемую некоммерческими общественными организациями или объединениями граждан НЕ по инициативе государства или органов власти?»

	Москва	СПб	Краснодар	Нальчик	Всего
Как форму помощи государству в деле достижения общенациональных целей	31,7%	43,7%	56,9%	36,1%	42,1%
Как альтернативу неэффективным государственным учреждениям и структурам	45,1%	32,5%	34,9%	11,5%	31,0%
Как возможность влиять на государство, выявить тем самым недостатки социальной и политической системы	36,6%	29,4%	33,0%	13,1%	28,0%
Как проявление личного стремления изменить жизнь к лучшему	46,3%	43,3%	52,3%	23,0%	41,2%
Как форму достижения корыстных интересов за счет грантов и иных финансовых ресурсов	3,7%	4,4%	3,7%	6,6%	4,6%
Как форму конкуренции между различными элитными группами за власть и влияние	6,1%	3,6%	1,8%	3,3%	3,7%
Затрудняюсь ответить	11,0%	13,9%	5,5%	32,8%	15,8%

3.4. Политическое участие и институты

Блок анкеты, посвященный политическому участию и институтам, был направлен на выявление мнений респондентов о деятельности граждан, направленной на участие в принятии политических решений и их осуществлении.

Оценка уровня доверия опрошенных к различным политическим и гражданским институтам выявила определенные региональные различия. В Нальчике отмечается большее доверие к федеральным органам власти и государственным органам в целом. Кроме отмечается сравнительно высокий уровень доверия к политическим партиям, НПО, религиозным учреждениям и СМИ (табл. 7).

Таблица 7. Распределение ответов на вопрос «Пожалуйста, оцените свой уровень доверия к следующим политическим и гражданским институтам»¹

	Москва	СПб	Краснодар	Нальчик	Всего
Президент РФ	45,1%	60,1%	64,5%	72,1%	60,5%
Парламент РФ	37,8%	44,7%	42,7%	57,4%	45,6%
Глава республики (региона)	40,2%	51,0%	51,8%	63,9%	51,7%
Парламент республики (региона)	36,6%	45,8%	48,2%	54,1%	46,2%
Муниципальные органы власти	32,9%	47,8%	51,8%	60,7%	48,3%
Судебная система	31,7%	43,9%	45,5%	57,4%	44,6%
Правоохранительные органы	30,5%	45,8%	48,2%	62,3%	46,7%
Армия	32,9%	57,3%	68,2%	70,5%	57,2%
Политические партии	19,5%	34,0%	33,6%	54,1%	35,3%
Профсоюзы	40,2%	49,8%	51,8%	59,0%	50,2%
НПО, общественные организации	36,6%	53,8%	63,6%	59,0%	53,2%
Религиозные учреждения	25,6%	41,1%	40,0%	63,9%	42,7%
СМИ	23,2%	36,0%	40,9%	44,3%	36,1%

При этом наименьшая электоральная активность отмечается также в Нальчике. В среднем только 1/3 опрошенных участвует в выборах различного уровня. Наибольшее участие по регионам отмечается в выборах национального (федерального) уровня (табл. 8).

Таблица 8. Распределение ответов на вопрос «Укажите, пожалуйста, участвуете ли Вы в выборах и насколько регулярно: (ОДИН ответ для КАЖДОЙ категории)»²

	Москва	СПб	Краснодар	Нальчик	Всего
Местный уровень	51,2%	45,8%	47,3%	36,1%	45,1%
Региональный уровень	51,2%	42,7%	44,5%	27,9%	41,6%
Федеральный уровень	62,2%	52,2%	55,5%	32,8%	50,7%

¹ Сумма ответов для вариантов «полностью доверяю» и «скорее доверяю»

² Сумма ответов для вариантов «всегда» и «как правило»

Во всех регионах отмечается незначительное участие опрошенных в дискуссиях с другими людьми, попытки убеждать голосовать за или против одной из сторон или кандидатов во время выборных кампаний. Сопоставимое число опрошенных участвуют в какой-либо форме в избирательных кампаниях (носят символы партии, или кандидатов, участвующих в выборах, делают пожертвования, участвуют в агитационной работе и др.).

Среди видов деятельности, которые могли бы выполнять, по мнению опрошенных, общественные организации (НПО, НКО) во время выборов выделяются: «мониторинг процесса голосования», «защита прав избирателей» и «содействие повышению избирательной грамотности» (табл. 9). Среди различных форм общественно-политической активности, в которых опрошенные принимали либо готовы принять участие отмечаются «петиция» и «мирная демонстрация» – в среднем около ½ всех респондентов, далее следуют «митинг», «бойкот» и «забастовки». Наименьшая готовность к участию в различных акциях протеста отмечается в Нальчике.

Таблица 9. Распределение ответов на вопрос «Какие из перечисленных видов деятельности могли бы выполнять, по Вашему мнению, общественные организации (НПО, НКО) во время выборов?»

	Москва	СПб	Краснодар	Нальчик	Всего
Содействие избирательной грамотности	42,7%	38,9%	48,6%	16,4%	36,6%
Защита прав избирателей	50,0%	40,5%	40,4%	27,9%	39,7%
Помощь в организации выборов	28,0%	24,2%	29,4%	9,8%	22,9%
Защита прав кандидатов	15,9%	14,3%	16,5%	8,2%	13,7%
Мониторинг процесса голосования	53,7%	45,2%	57,8%	11,5%	42,0%
Проведение экзит-поллов	19,5%	14,3%	16,5%	3,3%	13,4%
Не должны принимать участие вообще	4,9%	4,8%	2,8%	8,2%	5,1%
Затрудняюсь ответить	15,9%	27,4%	18,3%	59,0%	30,1%

Для выявления мнений респондентов о необходимости изменений политических институтов были предложены пары противоположных утверждений. Больше половины респондентов из Москвы, в отличие от других регионов, указали, что «политические институты устарели и не позволяют участвовать в политическом процессе всем желающим». При этом в большей степени с ними не согласны опрошенные из Нальчика, считающие что «политические институты несовершенны, но они работают достаточно эффективно и позволяют участвовать в политическом процессе всем желающим». Наиболее схожие представления опрошенных из всех регионов наблюдаются относительно доступности политических институтов. Абсолютное большинство считает, что «политические институты должны быть доступны для всех, кто желает участвовать в процессе управления государством». Вместе с тем в Нальчике почти ¼ респондентов указала, что «политические институты должны быть доступны только для представителей политической элиты, кто уже участвует в процессе управления государством (табл. 10).

Таблица 10. Распределение ответов на вопросы «Выберите, пожалуйста в каждой паре утверждений одно, с которым Вы могли бы согласиться в большей степени»

	Москва	СПб	Краснодар	Нальчик
Политические институты устарели и не позволяют участвовать в политическом процессе всем желающим	57,3%	47,6%	46,8%	36,1%
Политические институты несовершенны, но они работают достаточно эффективно и позволяют участвовать в политическом процессе всем желающим	42,7%	52,4%	53,2%	63,9%
Политические институты должны быть доступны для всех, кто желает участвовать в процессе управления государством	81,7%	85,3%	92,7%	77,0%
Политические институты должны быть доступны только для представителей политической элиты, кто уже участвует в процессе управления государством	18,3%	14,7%	7,3%	23,0%

3.5. Уровень жизни и социально-демографические данные

Последний раздел опросника был направлен на оценку социально-демографических характеристик респондентов, но также их представлений о том, что и как влияет на *уровень жизни и социальный статус* человека в современном мире.

Среди признаков, по которым респонденты могут с уверенностью судить о том, принадлежит ли тот или иной человек к одному с ними социальному классу на первое место вышел нематериальный критерий «уровень образования». Далее следуют «культурные ценности» и «жилье». Так для респондентов из Москвы нематериальные и материальные признаки равноценны среди критериев принадлежности к социальному классу (рис. 2).

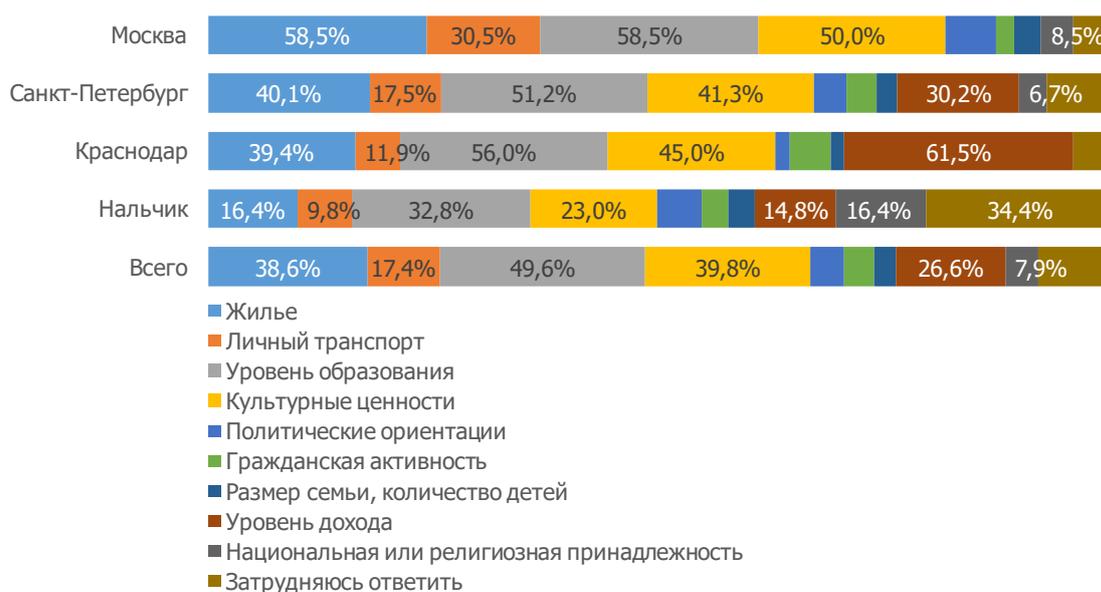


Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос «По каким из следующих критериев Вы можете с уверенностью судить о том, принадлежит ли тот или иной человек к ОДНОМУ с Вами социальному классу?»

Абсолютное большинство опрошенных во всех регионах согласно с тем, что «социальный статус и уважение к человеку в современном обществе должны определяться уровнем его образования и культуры, а не собственностью, которой он владеет». В среднем около 2/3 опрошенных согласно с тем, что «современный человек должен оценивать свои личные достижения не уровнем доходов и собственности, а тем, как он использует заработанное для своего интеллектуального и культурного развития». Около половины респондентов считает, что «в интересах всего общества и каждого гражданина, чтобы человек больше участвовал в общем деле, делился и помогал другим, а не занимался приобретением и накоплением в своих интересах». В наименьшей степени респонденты согласны с утверждением, что «для того, чтобы иметь высокий уровень (качество) жизни человеку необязательно что-то иметь в собственности (жилье, транспорт, товары длительного пользования), а достаточно иметь возможность пользоваться этим по мере необходимости» (табл. 11).

Таблица 11. Распределение ответов на вопрос «В какой степени Вы могли бы согласиться с каждым из следующих утверждений?»¹

	Москва	СПб	Краснодар	Нальчик
Для того, чтобы иметь высокий уровень (качество) жизни человеку необязательно что-то иметь в собственности (жилье, транспорт, товары длительного пользования), а достаточно иметь возможность пользоваться этим по мере необходимости	62,2%	60,3%	53,2%	70,5%
Современный человек должен оценивать свои личные достижения не уровнем доходов и собственности, а тем, как он использует заработанное для своего интеллектуального и культурного развития	75,6%	77,8%	80,7%	75,4%
Социальный статус и уважение к человеку в современном обществе должны определяться уровнем его образования и культуры, а не собственностью, которой он владеет	75,6%	83,3%	89,9%	82,0%
В интересах всего общества и каждого гражданина, чтобы человек больше участвовал в общем деле, делился и помогал другим, а не занимался приобретением и накоплением в своих интересах	63,4%	71,4%	74,3%	77,0%

Около ¼ опрошенных в каждом регионе выразили самую низкую степень готовности отказаться от приобретения чего-либо в собственность в пользу аренды. Однако в региональном разрезе почти такое же число респондентов из Москвы занимают промежуточное положение в оценке своей готовности отказаться от владения в пользу временного пользования.

¹ Сумма ответов для вариантов «совершенно согласен» и «скорее согласен»

Выводы

Результаты опроса показали, что пользование шеринг-платформами широко распространено преимущественно в крупных городах и в значительно меньшей степени – на уровне городов регионального значения. Наибольшей популярностью пользуются транспортные виды услуг, сервисы объявлений, а также аренды жилья. Основными причинами обращения к подобным сервисам являются доступные цены, скорость получения услуг, широкий выбор предложений, а также удобство оплаты. В соотношении факторов, определяющих предпочтения опрошенных в выборе поставщиков товаров и услуг приоритет на стороне факторов цифрового доверия.

Общий уровень социального доверия в регионах исследования не высок, при этом около четверти опрошенных в Нальчике проявили самую низкую степень доверия к незнакомцам. Большинство респондентов в крупных городах склонно доверять незнакомым пользователям с высоким публичным рейтингом больше, чем простым незнакомцам. Большинство опрошенных также считают, что подобные сервисы позволяют заводить новые знакомства или дружеские связи. При выборе товаров или услуг половина респондентов ориентируется в большей степени на отзывы других пользователей, чем на мнение знакомых людей, а сами публичные рейтинги влияют, по их мнению, и на репутацию пользователей в обычной жизни.

Во всех регионах в целом отмечается низкая вовлеченность в формализованную гражданскую активность. Однако, коллективные формы неофициального гражданского сотрудничества распространены во всех регионах и сравнительно в меньшей степени в Нальчике. В представлениях респондентов из Нальчика сферы участия граждан в общественной жизни более ограничены, в частности в том, что касается выборов и контроля над деятельностью органов власти. При этом, жители Нальчика демонстрируют готовность к кооперации в том, что касается решения вопросов благоустройства общей территории и других проблем совместного проживания.

По мнению большей части респондентов, эффективнее всего решать общественные проблемы могут государственные органы, а уже затем институты гражданского общества, частные и неформальные коллективные инициативы. Обращение за помощью к общественным организациям пользуется наименьшей популярностью в Нальчике. Большинство опрошенных оценивают деятельность некоммерческих общественных организаций как «форму помощи государству и проявление личного стремления изменить жизнь к лучшему». Вместе с тем респонденты из Москвы в большей степени рассматривают ее как альтернативу неэффективным государственным учреждениям.

В Нальчике, в отличие от других регионов, отмечается большее доверие к федеральным органам власти и государственным органам в целом, а также отмечается относительно высокое доверие к политическим партиям, НПО, религиозным учреждениям и СМИ. Критично к указанным категориям настроены респонденты из Москвы, которые также демонстрируют наиболее

активное участие в выборах. При этом, в Нальчике отмечается наименьшая электоральная активность, как и меньшая готовность к участию в различных акциях протеста. В отличие от других регионов, большая часть респондентов из Москвы считает, что политические институты устарели и не доступны для широкого участия граждан. С этой позицией преимущественно не согласны опрошенные из Нальчика, четверть из которых убеждена в том, что политические институты должны быть доступны только для представителей политической элиты.

Основными критериями, определяющими принадлежность к социальному классу, опрошенные во всех регионах считают критерии нематериального порядка – уровень образования и общность культурных ценностей. При этом только для респондентов из Москвы нематериальные и материальные критерии сопоставимы по значимости. Большинство опрошенных согласно с тем, что современный человек должен оценивать свои личные достижения не доходами, а уровнем интеллектуального и культурного развития. При этом качество и уровень жизни, по их мнению, определяется владением, а не возможностью временного пользования товарами и услугами. Наибольшую готовность отказаться от приобретения в пользу временного пользования выразили респонденты из Москвы и наименьшую – жители Нальчика.

Заключение

Таким образом, наше предположение о том, что шеринг-экономика обуславливает изменения в традиционной системе общественных отношений и ценностей, создает предпосылки для трансформации гражданских и политических институтов, получило частичное подтверждение. Наблюдается определённая связь между высоким уровнем участия в пользовании сервисами экономики совместного потребления и: 1) ростом значения информационно-цифровых источников доверия в общей структуре факторов, 2) большей готовностью к неформальному сотрудничеству и кооперации, 3) высокой электоральной активностью, а также более критическом отношении к органам государственной власти и современным политическим институтам.

Вместе с тем, несмотря на наблюдаемую корреляционную связь, утверждать об устойчивом причинно-следственном характере этих отношений пока рано. Необходимы дальнейшие длительные наблюдения за эффектами шеринг-экономических отношений наряду с другими социальными факторами, потенциально важными для стимулирования политического участия и имеющих потенциал трансформации политических институтов. Кроме того, необходимо расширение круга регионов исследования, а также внесение изменений в принципы определения выборочной совокупности. Особенности примененной выборки, в частности ее целевой характер, а также способ подбора респондентов на основе таргетированной рекламы, предполагают вероятность определенных искажений. Для дальнейших исследований, предлагается дополнительная сегментация выборочной совокупности на тех, кто пользуется и не пользуется услугами шеринг-платформ в каждом из

регионов. Кроме то, предлагается учесть особенности тех или иных шеринг-платформ, которые могут влиять на такие факторы как доверие, возникновение тесных социальных связей и повторяющаяся кооперация.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА

- Бурдые 1994 – *Бурдые П.* Социальное пространство и символическая власть // П. Бурдые. Начала. Choses dites / Пер. с франц. Н.А. Шматко. – М.: SocioLogos, 1994. – 288 с.
- Бурдые 2004 – *Бурдые П.* Различение: социальная критика суждения (фрагменты книги) / Пер. с фр. О.И. Кирчик // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. – М.: РОССПЭН, 2004. – 680 с.
- Бурдые 2005 – *Бурдые П.* Формы капитала / Пер. с англ. М.С. Добряковой // Экономическая социология. – 2005. – Том 6(3). – С. 60-74.
- Веселов 2011 – *Веселов Ю.В.* Доверие и справедливость: моральные основания современного экономического общества. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 231 с.
- Гарфинкель 2009 – *Гарфинкель Г.* Концепция и экспериментальные исследования «доверия» как условия стабильных согласованных действий / Пер. с англ. А. М. Корбута // Социологическое обозрение. – 2009. – Т. 8 (1). – С. 3-25.
- Иванов 2010 – *Иванов М.М.* Символический капитал работника как средство его карьерного продвижения // Преподаватель XXI век. – 2010. – № 2. – С. 371-375.
- Коулман 2001 – *Коулман Дж.* Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 121-139.
- Кривоусков 2013 – *Кривоусков В.В.* Концептуализация доверия как социологического феномена // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2013. – № 1(113). – С. 112-117.
- Луман 2000 – *Луман Н.* Формы помощи в процессе изменения общественных условий // Социологический журнал. – 2000. – №1-2. – С. 17-36.
- Парсонс 1998 – *Парсонс Т.* Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седов и А.Д. Ковалев. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 269 с.
- Радаев 2002 – *Радаев В.В.* Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Экономическая социология. – 2002. – Том 3(4). – С. 20-32.
- Фукуяма 2008 – *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: АСТ, 2008. – 730 с.
- Штомпка 2012 – *Штомпка П.* Доверие – основа общества. – М.: Логос, 2012. – 445 с.
- Albinsson, Perera 2012 – *Albinsson Pia. A., Perera B. Yasanthi.* Alternative Market Places in the 21st Century: Building Community through Sharing Events // Journal of Consumer Behavior. – 2012. – Vol. 11. – P. 303-315. DOI: <https://doi.org/10.1002/cb.1389>
- Axelrod 2006 – *Axelrod Robert.* The Evolution of Cooperation. – New York: Basic Books Publisher, 2006. – 264 p.
- Bardhi, Eckhardt 2012 – *Bardhi Fleura, Eckhardt Giana M.* Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing // Journal of Consumer Research. – 2012. – Vol. 39(4). – P. 881-898. DOI: <https://doi.org/10.1086/666376>
- Botsman, Rogers 2010 – *Botsman Rachel, Rogers Roo.* Beyond Zipcar: Collaborative Consumption. October 2010 // Harvard Business Review: website. URL: <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption> (access date: 21.10.2019)
- Cheng, Foley 2018 – *Cheng Mingming, Foley Carmel.* The sharing economy and digital discrimination: The case of Airbnb // International Journal of Hospitality Management. – 2018. – Vol. 70. – P. 95-98. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.002>
- Emilie et al. 2014 – *Emilie Dubois A., Schor Juliet B., Carfagna Lindsey B.* New Cultures of Connection in a Boston Time Bank // Practicing Plenitude. Ed. by Juliet B. Schor and Craig J. Thompson. – New Haven: Yale University Press, 2014. – P. 95-123.

- Handbook... 2017 – *Handbook on Research on Sustainable Consumption*. Ed. by Lucia Reisch and John Thøgersen. – Cheltenham, UK: Edward Elgar Publisher, 2017. – 480 p.
- Katz 2015 – *Katz Vanessa*. Regulating the Sharing Economy // *Berkeley Technology Law Journal*. – 2015. – Vol. 30(4). – P. 1067-1126. DOI: <https://doi.org/10.15779/Z38HG45>
- Lansley 2016 – *Lansley Stewart*. A Sharing Economy: How Social Wealth Funds Can Reduce Inequality and Help Balance the Books. – Bristol: Bristol University Press, 2016. – 150 p. DOI: <https://doi.org/10.2307/j.ctt1t89gzz>
- Lauterbach et al. 2009 – *Lauterbach Debra, Truong Hung, Shah Tanuj, Adamic Lada*. Surfing a Web of Trust: Reputation and Reciprocity on CouchSurfing.com // *International Conference on Computational Science and Engineering*. Vancouver, BC, Canada. – 29-31 Aug. – 2009. – P. 346-353. DOI: <https://doi.org/10.1109/CSE.2009.345>
- Ozanne, Ballantine 2010 – *Ozanne Lucie K., Ballantine Paul W*. Sharing as a Form of Anti-consumption? An Examination of Toy Library Users // *Journal of Consumer Behaviour*. – 2010. – Vol. 9(6). – P. 485-498. DOI: <https://doi.org/10.1002/cb.334>
- Rie, Takahashi 2008 – *Rie Mashima, Takahashi Nobuyuki*. The Emergence of Generalized Exchange by Indirect Reciprocity // *New Issues and Paradigms in Research on Social Dilemmas*. Ed. by A. Biel, D. Eek, T. Gärling, M. Gustafsson. – Boston: Springer, 2008. – P. 159-176. DOI https://doi.org/10.1007/978-0-387-72596-3_10
- Schor 2010 – *Schor Juliet*. Plenitude: The New Economics of True Wealth. – London: Penguin Press, – 2010. – 258 p.
- Schor 2014 – *Schor Juliet*. Debating the Sharing Economy. October 2014 // *Great Transition Initiative: website*. URL: <https://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy> (access date: 21.10.2019)
- Setiffi 2011 – *Setiffi Francesca*. Reflections on the cultures of the new and the second hand in Italy // *Italian Sociological Review*. – 2011. – Vol. 1(3). – P. 12-20. DOI: <https://doi.org/10.13136/isr.v1i3.20>
- Sharing... 2018 – *Sharing Economies in Times of Crisis*. Edited by Anthony Ince, Sarah Marie Hall. – London: Routledge, 2018. – 208 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315660646>
- Slee 2016 – *Slee Tom*. What's Yours is Mine: Against the Sharing Economy. – New York: OR Books, 2016. – 212 p.
- Wang, Nakao 2010 – *Wang Yufeng, Nakao Akihiro*. On cooperative and efficient overlay network evolution based on a group selection pattern // *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics, Part B (Cybernetics)*. – 2010. – Vol. 40(3). – P. 656-667. DOI: <https://doi.org/10.1109/TSMCB.2010.2042123>

REFERENCES

- ALBINSSON PIA. A., PERERA B. YASANTHI. Alternative Market Places in the 21st Century: Building Community through Sharing Events. IN: *Journal of Consumer Behavior*. – 2012. – Vol. 11. – P. 303-315. DOI: <https://doi.org/10.1002/cb.1389> (In English)
- AXELROD ROBERT. *The Evolution of Cooperation*. – New York: Basic Books Publisher, 2006. – 264 p. (In English)
- BARDHI FLEURA, ECKHARDT GIANA M. Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. IN: *Journal of Consumer Research*. – 2012. – Vol. 39(4). – P. 881-898. DOI: <https://doi.org/10.1086/666376> (In English)
- BOTSMAN RACHEL, ROGERS ROO. Beyond Zipcar: Collaborative Consumption. October 2010. IN: *Harvard Business Review: website*. URL: <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption> (access date: 21.10.2019) (In English)
- BOURDIEU P. *Formy kapitala / Per. s angl. M.S. Dobryakovoi* [The forms of capital. Translated from eng. by M.S. Dobryakova]. IN: *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. – 2005. – Vol. 6(3). – P. 60-74. (In Russian)
- BOURDIEU P. *Razlichenie: sotsial'naya kritika suzhdeniya (fragmenty knigi) / Per. s fr. O.I. Kirchik* [Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste (fragments of a book).

Translated from French by O.I. Kirchik]. IN: *Zapadnaya ekonomicheskaya sotsiologiya: khrestomatiya sovremennoi klassiki* [Western Economic Sociology: a reader of modern classics]. – M.: ROSSPEN, 2004. – 680 p. (In Russian)

BOURDIEU P. *Sotsial'noe prostranstvo i simvolicheskaya vlast'* [Social space and the symbolic power]. IN: P. Burd'e. *Nachala. Choses dites / Per. s frants. N.A. Shmatko* [Choses dites. Translated from French by N.A. Shmatko]. – M.: SocioLogos, 1994. – 288 p. (In Russian)

CHENG MINGMING, FOLEY CARMEL. The sharing economy and digital discrimination: The case of Airbnb. IN: *International Journal of Hospitality Management*. – 2018. – Vol. 70. – P. 95-98. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.002> (In English)

COLEMAN J. *Kapital sotsial'nyi i chelovecheskii* [Social Capital in the Creation of Human Capital]. IN: *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*. – 2001. – No 3. – P. 121-139. (In Russian)

EMILIE DUBOIS A., SCHOR JULIET B., CARFAGNA LINDSEY B. New Cultures of Connection in a Boston Time Bank. IN: *Practicing Plenitude*. Ed. by Juliet B. Schor and Craig J. Thompson. – New Haven: Yale University Press, 2014. – P. 95-123. (In English)

FUKUYAMA F. *Doverie: sotsial'nye dobrodeteli i put' k protsvetaniyu* [Trust: The Social Virtue and the Creation of Prosperity]. – M.: AST, 2008. – 730 p. (In Russian)

GARFINKEL H. *Kontsepsiya i eksperimental'nye issledovaniya «doveriya» kak usloviya stabil'nykh soglasovannykh deistvii / Per. s angl. A.M. Korbuta* [A conception of and experiments with «trust» as a condition of concerted stable actions. Translated from eng. by A.M. Korbut]. IN: *Sotsiologicheskoe obozrenie*. – 2009. – Vol. 8 (1). – P. 3-25. (In Russian)

Handbook on Research on Sustainable Consumption. Ed. by Lucia Reisch and John Thøgersen. – Cheltenham, UK: Edward Elgar Publisher, 2017. – 480 p. (In English)

IVANOV M.M. *Simvolicheskii kapital rabotnika kak sredstvo ego kar'ernogo prodvizheniya* [The symbolic capital of an employee as a means of his career advancement]. IN: *Prepodavatel' XXI vek*. – 2010. – No 2. – P. 371-375. (In Russian)

KATZ VANESSA. Regulating the Sharing Economy. IN: *Berkeley Technology Law Journal*. – 2015. – Vol. 30(4). – P. 1067-1126. DOI: <https://doi.org/10.15779/Z38HG45> (In English)

KRIVOPUSKOV V.V. *Kontseptualizatsiya doveriya kak sotsiologicheskogo fenomena* [The conceptualization of trust as a sociological phenomenon]. IN: *Vestnik Adygeiskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1: Regionovedenie: filosofiya, istoriya, sotsiologiya, yurisprudentsiya, politologiya, kul'turologiya*. – 2013. – No 1(113). – P. 112-117. (In Russian)

LANSLEY STEWART. *A Sharing Economy: How Social Wealth Funds Can Reduce Inequality and Help Balance the Books*. – Bristol: Bristol University Press, 2016. – 150 p. DOI: <https://doi.org/10.2307/j.ctt1t89gzz> (In English)

LAUTERBACH DEBRA, TRUONG HUNG, SHAH TANUJ, ADAMIC LADA. Surfing a Web of Trust: Reputation and Reciprocity on CouchSurfing.com. IN: *International Conference on Computational Science and Engineering*. Vancouver, BC, Canada. – 29-31 Aug. – 2009. – P. 346-353. DOI: <https://doi.org/10.1109/CSE.2009.345> (In English)

LUHMANN N. *Formy pomoshchi v protsesse izmeneniya obshchestvennykh uslovii* [The forms of assistance in the process of changing social conditions]. IN: *Sotsiologicheskii zhurnal*. – 2000. – No 1-2. – P. 17-36. (In Russian)

OZANNE LUCIE K., BALLANTINE PAUL W. Sharing as a Form of Anti-consumption? An Examination of Toy Library Users. IN: *Journal of Consumer Behaviour*. – 2010. – Vol. 9(6). – P. 485-498. DOI: <https://doi.org/10.1002/cb.334> (In English)

PARSONS T. *Sistema sovremennykh obshchestv / Per. s angl. L.A. Sedov i A.D. Kovalev* [The system of modern societies. Translated from eng. by L.A. Sedov and A.D. Kovalev]. – M.: Aspekt Press, 1998. – 269 p. (In Russian)

RADAYEV V.V. *Ponyatie kapitala, formy kapitalov i ikh konvertatsiya* [The concept of capital, the form of capital and their conversion]. IN: *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. – 2002. – Vol. 3(4). – P. 20-32. (In Russian)

RIE MASHIMA, TAKAHASHI NOBUYUKI. The Emergence of Generalized Exchange by Indirect Reciprocity. IN: *New Issues and Paradigms in Research on Social Dilemmas*. Ed. by A. Biel, D. Eek, T. Gärling, M. Gustafsson. – Boston: Springer, 2008. – P. 159-176. DOI: https://doi.org/10.1007/978-0-387-72596-3_10 (In English)

SCHOR JULIET. Debating the Sharing Economy. October 2014. IN: *Great Transition Initiative: website*. URL: <https://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy> (access date: 21.10.2019) (In English)

SCHOR JULIET. *Plenitude: The New Economics of True Wealth*. – London: Penguin Press, – 2010. – 258 p. (In English)

SETIFFI FRANCESCA. Reflections on the cultures of the new and the second hand in Italy. IN: *Italian Sociological Review*. – 2011. – Vol. 1(3). – P. 12-20. DOI: <https://doi.org/10.13136/isr.v1i3.20> (In English)

Sharing Economies in Times of Crisis. Edited by Anthony Ince, Sarah Marie Hall. – London: Routledge, 2018. – 208 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315660646> (In English)

SLEE TOM. *What's Yours is Mine: Against the Sharing Economy*. – New York: OR Books, 2016. – 212 p. (In English)

SZTOMPKA P. *Doverie – osnova obshchestva* [Trust is the foundation of society]. – M.: Logos, 2012. – 445 p. (In Russian)

VESELOV Yu.V. *Doverie i spravedlivost': moral'nye osnovaniya sovremennogo ekonomicheskogo obshchestva* [Trust and justice: moral foundations of a modern economic society]. – M.: Aspekt Press, 2011. – 231 p. (In Russian)

WANG YUFENG, NAKAO AKIHIRO. On cooperative and efficient overlay network evolution based on a group selection pattern. IN: *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics, Part B (Cybernetics)*. – 2010. – Vol. 40(3). – P. 656-667. DOI: <https://doi.org/10.1109/TSMCB.2010.2042123> (In English)