

УДК 316.652.3

ДОВЕРИЕ К ИНФОРМАЦИИ КАК КОГНИТИВНАЯ МЕТАЭВРИСТИКА В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЫ

М. С. Фабрикант

кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной и организационной психологии факультета философии и социальных наук; докторант кафедры социальной и организационной психологии факультета философии и социальных наук.

Белорусский государственный университет

Статья посвящена феномену доверия к информации, актуальность которого в цифровую эпоху обусловлена произошедшей в последние годы переоценкой роли доверия вследствие угроз кибермошенничества и распространения «ложных новостей» при недостатке знаний о том, как именно функционирует доверие к информации и что оно представляет собой как психологический феномен. Цель данной статьи – определить, к какой категории психологических феноменов относится доверие к информации. На основании проведенного теоретического анализа сделан вывод, что доверие к информации представляет собой когнитивную метаэвристику.

Ключевые слова: доверие, доверие к информации, цифровая среда, информационное общество, аттитуд, социальное познание, когнитивная эвристика, когнитивная метаэвристика.

Введение

Продолжающаяся цифровизация различных сфер жизни, как профессиональной, так и повседневной, приводит к тому, что люди не только все чаще обращаются в поисках информации по различным вопросам к цифровым ресурсам, прежде всего, к интернет-ресурсам, но и к тому, что информация из цифровых источников безотносительно наличия конкретного запроса поступает сплошным, недифференцированным потоком. В связи с этим актуализируется проблема оценки надежности и достоверности этой информации: если до недавнего времени в социальных науках преобладало отношение к высокому уровню доверия как благу, то в последние годы эта позиция была подвергнута переоценке в силу опасности доверия к ненадежной и недостоверной информации и массового характера связанных с ним деструктивных последствий, прежде всего, кибермошенничества и распространения так называемых «ложных новостей» [1; 2; 3]. Существующие исследования факторов доверия к информации в цифровой среде, несмотря на относительно немалое их количество, являются фрагментарными и с трудом позволяют сделать обобщения, хотя бы незначительно выходящие за пределы контекста сбора данных, и не образуют общую картину даже в тех случаях, когда их результаты не противоречат друг другу [4; 5]. На наш взгляд, это объясняется отсутствием общей концептуальной рамки, причем не только на понятийном, но и на категориальном уровне: проблема не только в отсутствии принятого эксплицитного определения доверия к информации, но и в неясности относительно того, к какой категории психологических феноменов относится доверие к информации.

Цель данной статьи – охарактеризовать доверие к информации как психологический феномен посредством определения его родовой принадлежности. Это позволит обозначить место доверия к информации в предметной области психологии, его связь с другими феноменами посредством общих родовых признаков и некоторые ключевые моменты, на которые следует обращать внимание при разработке программы эмпирических исследований доверия к информации.

Основная часть

Теоретический анализ встречающихся в литературе определений доверия позволяет сделать вывод о том, что различные определения отражают не только разные подходы к

© Фабрикант М. С., 2025

пониманию доверия, но и неявно – различные способы его категоризации. Нам удалось выявить следующие варианты трактовки доверия.

1. Доверие как эмоциональное состояние. Эта трактовка представлена, в частности, в «Большом психологическом словаре» и принадлежит В. П. Зинченко, полагающему доверие эмоциональным состоянием, которое плохо поддается рациональному осмыслению и способно становиться причиной других эмоциональных состояний [6].

2. Доверие как ожидание. Это соответствует приведенному в авторитетной энциклопедии психологических терминов определению доверия как «ожидания позитивного результата, который можно получить с опорой на ожидаемые действия другой стороны в ходе взаимодействия, которое характеризуется неопределенностью» [7].

3. Доверие как социальное поведение. Эта трактовка прослеживается в данном известном современным социальным теоретиком П. Штомпкой определении доверия как «ставки на будущее, зависимой от действий других людей» В отличие от предыдущего подхода здесь подчеркивается не субъективное представление о возможных действиях других людей, а объективные последствия таких действий, значимые для субъекта доверия, и его действия в ситуации (взаимо)зависимости и в условиях неопределенности. Соответственно, доверие представляет собой определенный вариант поведения, в котором проявляется один из возможных вариантов видения будущего [8].

4. Доверие как личностная черта. Дж. Роттер задался вопросом об индивидуальных различиях в уровне доверия. Соответственно, он определяет доверие как общую, транс-ситуативную склонность верить другим людям как опцию по умолчанию, то есть при отсутствии конкретных оснований для обратного. В этом смысле доверие характеризует не столько объекты, сколько самого субъекта доверия и представляет собой относительно устойчивую, по мнению автора, личностную характеристику [9].

5. Доверие как аттитюд. Т. П. Скрипкина, автор одной из наиболее широких по своему охвату теорий доверия, определяет доверие как отношение к различным объектам, которые оцениваются как значимые и априорно безопасные [10]. В отличие от всех рассмотренных выше определений, здесь учитывается, что объектами доверия могут быть не только другие люди и даже не только иные социальные акторы, будь то индивидуальные или коллективные, наделенные агентностью, но и иные объекты. В этом смысле, на наш взгляд, доверие в том его понимании, которое отражено в данном определении, представляет собой один из вариантов оценки конкретного объекта, в данном случае оценки его значимости и безопасности – то есть аттитюд, в котором, как следует из его трехкомпонентной структуры, объединяются и фигурирующие в других рассмотренных определениях эмоциональный, поведенческий и когнитивный компонент.

Рассмотрим, который из этих вариантов категоризации доверия как психологического феномена является наиболее правомерным применительно к доверию к информации. Вариант доверия как эмоционального состояния представляется неправомерным, поскольку, в отличие от межличностного взаимодействия, особенно в форме выстраивания сколько-нибудь длительных межличностных отношений, доверие к информации, то есть принятие информации как надежной, достоверной и потенциально пригодной для использования в ходе принятия решений совсем не обязательно сопровождается какими-либо эмоциональными переживаниями. Это особенно справедливо в цифровой среде Интернета, когда информация поступает непрерывным потоком и, за исключением особенно релевантной, не воспринимается как достойная эмоционального отклика. Трактовка доверия как ожидания представляется нераспространимой на доверие к информации, поскольку, как уже отмечалось, информация, в отличие от других объектов доверия, не обладает агентностью, соответственно, не может приводить к формированию каких-либо ожиданий в отношении собственных действий. Агентностью, разумеется, обладает источник информации, однако доверие к источнику информации не тождественно доверию к самой информации, поскольку вопрос об источнике информации возникает далеко не всегда и отражает достаточно высокий уровень критического мышления в целом и критического отношения к конкретному

сообщению. Кроме того, в цифровой среде, в отличие от непосредственного межличностного взаимодействия, сведения об источнике (особенно о первоисточнике) информации зачастую отсутствуют, или же оказываются недостоверными, или же достаточно точная и надежная оценка их достоверности оказывается невозможной. Столь же неподходящей оказывается трактовка доверия как социального поведения: основная часть непрекращающегося информационного потока не имеет прямого отношения к актуальной ситуации реципиента этой информации, принимаемым им решениям, которые проявляются в выборе одного из возможных вариантов поведения. Что касается доверия как личностной характеристики, результаты эмпирических исследований показывают, что, во-первых, применительно к различным видам доверия речь идет не только об индивидуальных различиях: большую роль играют социальные нормы, также транситуативные, однако надындивидуальные; во-вторых, как и применительно к другим социально-психологическим феноменам, большую, если не преобладающую роль в формировании доверия играют не диспозиционные, а ситуационные факторы: так, жертвами кибермошенничества становятся люди даже с высоким уровнем критического мышления. Что касается наиболее структурно сложной и одновременно, на наш взгляд, наиболее обоснованной категоризации доверия как аттитюда, мы уже выявили, что для доверия к информации как эмоциональная, так и поведенческая составляющие трехкомпонентной структуры аттитюда не являются обязательными. Когнитивная же составляющая, напротив, представляется неотъемлемой составляющей доверия к информации, причем это следует не из определения доверия, а из определения самих когнитивных процессов как процессов переработки информации. Таким образом, на основании проведенного анализа можно сделать вывод о том, что доверие к информации (возможно, в отличие от других видов доверия, относительно которых существуют различные позиции) является когнитивным феноменом.

Следующий шаг в поиске ответа на вопрос о категоризации доверия к информации – выявить, к какой именно из многочисленных разновидностей когнитивных феноменов относится доверие к информации. Для этого нам представляется целесообразным сменить формат самой постановки вопроса: вместо вопроса об источниках, причинах или факторах доверия, то есть о его происхождении, можно задаться вопросом о том, на что направлено доверие к информации, каковы его функции и какую именно роль оно играет в ходе обработки информации.

Как и применительно к другим феноменам, для теоретического анализа функций доверия к информации полезен универсальный логический прием – представить, что изменилось бы при отсутствии доверия. Очевидно, что при отсутствии доверия к информации – то есть принятии информации как надежной и достоверной в ситуации неопределенности – для любой информации, которая была дифференцирована из общего потока и в силу этого уже не может быть проигнорирована, потребовалась бы последовательная, основанная на логическом анализе дополнительных источников с эксплицитными основаниями оценка надежности и достоверности информации. Учитывая объем информации, с которым приходится иметь дело представителю современного информационного общества благодаря развитию цифровых технологий генерирования, тиражирования и распространения информационных сообщений такая последовательная оценка всей поступающей информации (которая к тому же потребовала бы привлечения информации из дополнительных источников, которая, в свою очередь, сама нуждалась бы в критической оценке ее надежности и достоверности – и так далее, потенциально до бесконечности), очевидно, превышает когнитивные ресурсы человека с учетом располагаемого им времени. Из этого следует, что основная функция доверия к информации, в отличие от доверия к различным объектам, представления о которых формируются на основании этой информации, – не удовлетворение потребности в формировании стабильной картины мира (поскольку большая часть информации в условиях информационного общества для каждого отдельно взятого человека оказывается нерелевантной или, по крайней мере, с неясной релевантностью) и не генерирование положительных эмоций (поскольку информация не является субъектом взаимодействия, с которым возможно выстраивание отношений: способность информации вызывать

эмоции связана с содержанием и способом подачи сообщения, которые могут оказывать воздействие безотносительно доверия к информации), а экономия когнитивных усилий.

Эта способность доверия обеспечивать экономию когнитивных усилий – априорно принимать информацию в качестве надежной и достоверной в ситуации неопределенности – сближает доверие с когнитивными эвристиками. Когнитивные эвристики, согласно Д. Канеману и А. Тверски, представляют собой механизмы упрощенного принятия решений, своего рода готовые способы переработки информации посредством «срезания углов» (cognitive shortcuts), которые используются массово, являются относительно универсальными и поэтому, несмотря на относительную эффективность в ряде ситуаций, зачастую приводят к ошибкам, причем, в силу универсальности когнитивных эвристик, достаточно предсказуемым [11]. Действительно, в литературе существует представление о доверии (причем не только доверии к информации) как когнитивной эвристике [12]. Однако, на наш взгляд, между доверием и впервые описанными самими авторами концепции когнитивными эвристиками (например, эвристика репрезентативности, эвристика доступности) имеются некоторые принципиальные различия. Во-первых, если когнитивные эвристики отвечают на вопрос: «как именно можно использовать данную информацию?», то доверие к информации представляет собой способ ответа на вопрос: «можно ли вообще использовать данную информацию?» – то есть на вопрос, который предшествует поиску ответов на любые другие вопросы. Во-вторых, если когнитивные эвристики представляют собой способы «срезания углов» – упрощенные способы попадания из метафорического исходного пункта – наличия проблемы – в пункт назначения – принятое решение, – то доверие к информации как принятие информации в качестве пригодной для использования и не нуждающейся в какой-либо проверке означает, в рамках той же метафоры, признание, что начальный пункт совпадает с пунктом назначения и никакого дополнительного движения не требуется. Таким образом, доверие к информации занимает особую позицию по отношению к когнитивным эвристикам, фактически находясь по отношению к ним на метауровне. На этом основании доверие к информации можно классифицировать как метаэвристику.

Заключение

На основании проведенного нами теоретического анализа удалось установить и охарактеризовать специфику доверия к информации как психологического феномена и определить его категориальную принадлежность. В отличие от других видов доверия, классифицируемых исходя из различных типов объектов доверия, доверие к информации имеет объект, не обладающий агентностью и не способный к взаимодействию. Это исключает возможность рассмотрения доверия к информации как ожидания, аттитюда, поведения, эмоционального состояния или личностной черты. Нами был сделан вывод, что доверие к информации представляет собой когнитивный феномен, а именно – когнитивную метаэвристику, основная функция которой – экономия когнитивных усилий и создание возможности для завершения предшествующей принятию любого решения задачи оценки надежности и достоверности информации, задействуемой в принятии этого решения. Эта функция особенно важна в условиях информационного общества и особенно ярко проявляется в цифровой среде как источнике непрерывно поступающей и непрерывно обновляющейся информации. Поэтому целесообразно организовывать эмпирические исследования доверия к информации исходя из того, когда именно, для кого и при каких обстоятельствах экономия когнитивных усилий оказывается наиболее востребованной. В практическом плане это поможет определить «группы риска», особенно сильно подверженные угрозам кибермошенничества и других форм намеренного распространения недостоверной информации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Татарко, А. Н.* Межличностное доверие как фактор социально-экономического развития / А. Н. Татарко // Социальная психология и общество. – 2014. – Т. 5(3). – С. 28–41.
2. *Norris, P.* In praise of skepticism: Trust but verify / P. Norris. – Oxford : Oxford University Press, 2022. – 320 p.

3. **Фабрикант, М. С.** Связь социального доверия и беспокойства о будущем в сравнительной кросс-культурной перспективе / М. С. Фабрикант // Социальная психология и общество. – 2023. – Т. 14, № 4. – С. 120–134.
4. **Shappie, A. T.** Personality as a predictor of cybersecurity behavior / A.T. Shappie, C.A. Dawson, S. M. Debb // Psychology of Popular Media. – 2020. – Vol. 9(4). – P. 475–480.
5. **Roozenbeek, J.** The fake news game: actively inoculating against the risk of misinformation / J. Roozenbeek, S. Van der Linden // Journal of risk research. – 2019. – Vol. 22, № 5. – P. 570–580.
6. **Зинченко, В. П.** Доверие / В. П. Зинченко // Большой психологический словарь / сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко // СПб. : прайм-ЕВРОЗНАК, 2005. – С. 143–145.
7. **Ross, W. H.** Trust / W. H. Ross // W. E. Craighead and C. B. Nemeroff (Eds.) The Corsini Encyclopedia of Psychology and Behavioral Science, Fourth Edition. – New York : Wiley, 2010. – P. 1810–1812.
8. **Штомпка, П.** Доверие – основа общества / П. Штомпка. – М. : Логос, 2012. – 440 с.
9. **Rotter, J. B.** Interpersonal trust, trustworthiness, and gullibility / J. B. Rotter // American psychologist. – 1980. – Vol. 35, № 1. – P. 1–7.
10. **Скрипкина, Т. П.** Антиномия доверия к миру и доверия к себе в человеческом бытии / Т. П. Скрипкина // Развитие личности. – 2011. – № 3. – С. 111–131.
11. **Hjeij, M.** A brief history of heuristics: how did research on heuristics evolve? / M. Hjeij, A. Vilks // Humanities and Social Sciences Communications. – 2023. – Vol. 10, № 1. – P. 1–15.
12. **Sintov, N. D.** Experimental support for a trust heuristic / N. D. Sintov, K. F. Hurst // Journal of risk research. – 2023. – Vol. 26, № 1. – P. 37–63.

Поступила в редакцию 19.07.2024 г.

Контакты: marharyta.fabrykant@gmail.com (Фабрикант Маргарита Сауловна)

Fabrykant M. S. TRUST IN INFORMATION AS A COGNITIVE METAHEURISTIC IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE INFORMATION ENVIRONMENT

The article explores the phenomenon of trust in information. Its relevance in the digital age arises from the recent reassessment of the role of trust due to the threats posed by cyber fraud and the spread of “fake news” combined with limited understanding of how trust in information functions and what it represents as a psychological phenomenon. The purpose of the article is to determine the category of psychological phenomena to which trust in information belongs. Based on the conducted theoretical analysis, trust in information is concluded to represent a cognitive metaheuristic.

Keywords: trust, trust in information, digital environment, information society, attitude, social cognition, cognitive heuristic, cognitive metaheuristic.