



УДК 316.4
DOI 10.18522/2227-8656.2023.5.1
EDN FRYRHH

Научная статья

ОСНОВНЫЕ ПРОТИВОРЕЧИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

MAIN CONTRADICTIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

Н. А. Васильев *

ORCID: 0000-0001-5190-7516

Nikolay A. Vasilyev *

** Исследовательский центр Ассоциации коммуникационных агентств России, Российской ассоциации маркетинговых услуг, Российской ассоциации развития интерактивной рекламы; Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, Москва, Россия*

** Research Center of the Association of Communication Agencies of Russia, the Russian Association of Marketing Services, the Russian Association for the Development of Interactive Advertising; Institute of Sociology of the Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia*

Цель исследования – выделить и охарактеризовать основные противоречия цифровой трансформации.

Objective of the study is to identify and characterize the main contradictions of digital transformation.

Методологическая база исследования. Основана на вторичном анализе данных отечественных и иностранных исследований цифровой среды для формирования структурного представления о характере цифровых изменений.

The methodological basis of the research. It is based on a secondary analysis of data from domestic and foreign studies of the digital environment to form a structural understanding of the nature of digital changes.

Результаты и их обсуждение. Анализ большого количества новейших источников информации позволил сделать вывод, что интернет и социальные сети превратились в важнейшее звено инфраструктуры информационного пространства и один из главных способов осуществления современных коммуникаций. При этом сами пользователи не-

Research results. The analysis of a large number of new sources of information allowed us to conclude that the Internet and social networks have become the most important link in the infrastructure of the information space and one of the main ways of implementing modern communications. At the same time,

однозначно оценивают цифровые коммуникации и даже пытаются их ограничить.

Перспективы исследования. Анализ основных противоречий цифровой трансформации позволяет сосредоточить внимание исследователей на решении самых важных вопросов в развитии новых технологий, появляется возможность оценить риски, связанные с развитием цифровых отношений и разработать меры по их уменьшению.

Ключевые слова: социальные сети, сервисы, цифровые коммуникации, медиакоммуникации, электронная торговля, пользователи, специализация, эртертейнмент, интернет, маркетплейсы, виртуальная реальность, пользовательский контент, рекламные доходы

users themselves ambiguously evaluate digital communications and even try to limit them.

Prospects of the study. The analysis of the main contradictions of digital transformation allows researchers to focus on solving the most important issues in the development of new technologies, it becomes possible to assess the risks associated with the development of digital relations and develop measures to reduce them.

Keywords: social networks, services, digital communications, media communications, e-commerce, users, specialization, entertainment, internet, marketplaces, virtual reality, user content, advertising revenue

Введение

Одним из главных медиакоммуникационных событий начала XXI века является стремительное развитие новых цифровых коммуникаций, прежде всего, социальных сетей. В течение первых двух десятилетий нового столетия цифровая трансформация охватила весь мир – большинство населения Европы, Азии, Северной и Южной Америки. От них немного отстают Африка, но и там темпы прироста новых пользователей говорят о скором охвате социальными сетями всего континента. Это подтверждают результаты исследований известных социологических компаний, замеряющих рост пользователей сетей, а также данные самих социальных сетей¹.

Только одна социальная сеть, Facebook*, имеет более 2,9 млрд пользователей во всех странах мира. Для восприятия динамики социальных сетей важно понимать, что в большинстве стран, включая Россию, уже невозможно сравнивать потребителей и не потребителей интернета, пользователей и не пользователей социальных сетей, поскольку основная масса населения уже является погружена в новый цифровой мир.

Социальные сети как глобальный медиакоммуникационный цифровой организм (Wolf et al., 2018) становятся всё более значимой частью общественной инфраструктуры. Многообразие бесплатных сервисов, удобство пользо-

¹ Аудитория Facebook. – URL: <https://datareportal.com/essential-facebook-stats> (дата обращения: 04.06.2023).

* Facebook принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ.

вания, высокая скорость коммуникации, миллионы вовлеченных граждан, формирующих уникальный контент, быстрая социализация новых юзеров и постоянная информационная подзарядка аудитории формируют лояльность пользователей в разных возрастных и социальных группах, позволяют эффективно добиваться необходимого восприятия информационного и развлекательного контента.

Социальные сети как лидер цифровой трансформации способны изменить социальные, культурные, политические, экономические, потребительские установки и ценности и значительно повлиять на разные сферы жизнедеятельности общества от экономики до семейных отношений, включая эстетические вкусы и лингвистические нормы, поведенческие установки, этнические, религиозные, исторические – в целом на смысложизненные ценности, принятые в обществе. Развитие нового цифрового мира изобилует противоречиями. В данном материале представлены наиболее распространенные противоречия, свойственные современным пользователям.

Основные противоречия цифровой трансформации

Значительное число пользователей интернета, социальных сетей, сервисов и других цифровых продуктов старается регулировать собственное нахождение в сети и осуществлять постоянный контроль над своим цифровым миром. Это выражается в попытках ограничить время, проводимое в интернете, социальных сетях и т. д., перераспределить и даже сократить время, проводимое в сети, сократить количество используемых сервисов. В помощь таким пользователям созданы сервисы учета цифрового присутствия в разных цифровых средах, позволяющие ежедневно и детально рассматривать временные графики нахождения в социальных сетях, электронной почте, мессенджерах, играх.

Противоречие заключается в том, что цифровое потребление продолжает расти. Законодательные, профессиональные, личные ограничения никак не сказались на стремительном росте цифровизации. Растет не только время, проведенное в цифровом мире, но и бытовая цифровизация, выражающаяся в росте «умных» бытовых помощников («умные» часы, телевизоры, пылесосы, т. д.). Абсолютное время потребления цифрового контента среди россиян выросло с 20 до 27 часов в неделю за последний год. «Потребление значительно меняется. Мы видим в 2022 году рост потребления цифрового контента через цифровые носители. Он вырос более чем на 35 % год к году», – заявила заместитель генерального директора холдинга «Газпром-медиа» Людмила Смирнова в рамках «Национального рекламного форума 2022»¹. Очередной виток цифровизации, спровоцированный пандемией, проявился, во-первых, через

¹ Россияне стали тратить на 35 % больше времени на потребление цифрового контента в 2022 году. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/16289493> (дата обращения: 02.09.2023).

резкое масштабирование ранее существовавших цифровых сервисов и кратный рост их аудитории, а во-вторых, через создание прорывных технологических решений, направленных на борьбу с COVID-19 и его последствиями (CovidTech)¹.

Ограничения, вызванные пандемией коронавируса, привели к заметному росту рынков дистанционных сервисов, таких как телемедицина, удаленная работа, электронная коммерция, онлайн-образование и др. Цифровые каналы коммуникации превратились в массовый способ реализации повседневных потребностей населения и бизнеса. В 2020 г. опережающими темпами росла аудитория онлайн-сервисов: при росте мирового населения на 1 % число интернет-пользователей возросло на 7,3 %, а количество активных аккаунтов в социальных сетях – на 13,2 % (годовой прирост по данным на январь 2021 г.) (Плаксин и др., 2021).

Значительные санкционные ограничения привели к дальнейшему росту электронной коммерции (e-commerce), в России значительно выросли объемы электронных продаж и количество маркетплейсов. Маркетплейсы продвигают себя в онлайн и офлайн, тратя на это миллиарды рублей – Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, Lamoda в топе рекламодателей по объемам рекламных бюджетов (Шевченко, 2023). Доля покупок на маркетплейсах от общего объема интернет-торговли в России оставляет 96,4 %. Самым популярным маркетплейсом остается Wildberries, на площадке которого работает более 60 % селлеров. На втором месте Ozon – 25 %, за ним Яндекс.Маркет (см. табл. 1).

Противоречие заключается не только в росте цифрового потребления, но и в его социокультурной составляющей. Санкции должны были привести к росту российской экономики, включая рынок отечественных товаров повседневного спроса. С прилавков в офлайне пропали иностранные товары, однако в онлайн они не пропали. Большинство иностранных товаров продолжает продаваться онлайн, что автоматически позволяет огромной аудитории, ориентированной на иностранные товары и привыкшей к определенному лайфстайл потребительскому поведению, продолжать привычный образ жизни и потребления в онлайн.

Казалось, что с уходом из офлайна иностранцев появится возможность переключить молодые поколения на отечественное потребление, но получилось наоборот. Молодые поколения, пронизанные американской моделью потребительского поведения и энтертейнмента, еще более активно стали уходить в цифровые сервисы, помогающие им сохранить привычное поведение и потребление. Поэтому российская электронная коммерция является одним из наиболее успешно развивающихся рынков онлайн-торговли в мире, поэ-

¹ CovidTech, 5G, искусственный интеллект: как с помощью цифры экономика восстанавливается после пандемии. – URL: <https://www.hse.ru/news/expertise/384494095.html> (дата обращения: 02.09.2023).

Таблица 1

Главные маркетплейсы в России и мире (2023 г.)¹. География распространения, происхождения, ЦА, MAU в РФ и мире, процент от населения РФ и мира

№	Английское название	Русский вариант названия	Страна происхождения	Штаб-квартира	Год создания	География	Статус	Динамика 2022-2023 ЦА	Специализация, Усубо	Ежемесячная аудитория (MAU), млн пользователей в мире	Ежемесячная аудитория (MAU), млн пользователей в РФ	% от населения Земли	% от населения России
1	Amazon	Амазон	США	Сिएгл	1994	Весь мир	Не работает в Иране, Судане, Кубе, Сирии и РФ	Рост (+5 млн)	Все категории товаров	446		6%	
2	eBay	Ебей	США	Сан-Хосе	1995	Весь мир	Не работает в Иране, Кубе, Сирии, Судане, Таджикистане и РФ	Спад (-9 млн)	Все категории товаров	181		2%	
3	Rakuten	Ракутэн	Япония	Токио	1997	Япония	Не работает в Китае, Гонконге, Южной Корее и РФ	Рост (+3 млн)	Все категории товаров	40		0,5%	
4	Shopee	Шопи	Сингапур	Сингапур	2015	Юго-Восточная Азия	Работает в странах Юго-Восточной Азии, Бразилии и Мексике	Рост (+2 млн)	Все категории товаров	92		1,2%	
5	AliExpress	Алиэкспресс	Китай	Ханчжоу	2010	Весь мир	Не работает в Тайланде, ЦАР, Молдове, Таджикистане, Иране, Кубе, Южну, Судане и Сомали	Стабильно	Все категории товаров	150	18	2%	12,9%
6	Etsy	Этси	США	Бруклин	2005	Весь мир	Не работает в Китае, Сирии, Кубе, Иране, Судане, Ливии и РФ	Стабильно	Т. для творчества, изделия ручной работы, винтаж	90		1,1%	
7	Walmart	Волмарт	США	Бентонвилл	1962	США	Работает в США и некоторых регионах Канады	Рост (+10 млн)	Все категории товаров	120		2%	
8	Mezisto Libe	Мегаполис	Албания	Монтевидео	1999	Латинская Америка	Работает в странах Латинской Америки	Стабильно	Все категории товаров	110		1,4%	
9	Wildberries	Вайлдберриз	РФ	Москва	2004	РФ и страны б. СССР	Работает в РФ и странах б. СССР (кроме Украины)	Рост (+5 млн)	Все категории товаров	40	36	0,5%	25,7%
10	Ozon	Озон	РФ	Москва	1998	РФ и страны б. СССР	Работает в РФ и странах б. СССР (кроме Украины)	Рост (+5 млн)	Все категории товаров	35	30	0,4%	21,4%
11	Taobao	Таобао	Китай	Ханчжоу	2003	Китай	Работает в Китае	Стабильно	Все категории товаров	66	1,1	0,8%	0,8%
12	Profound	Профунд	Китай	Шэньхай	2015	Китай	Работает в Китае	Рост (+10 млн)	Все категории товаров	167		2%	
13	Lazada	Лазарда	Сингапур	Сингапур	2012	Юго-Восточная Азия	Работает в странах Юго-Восточной Азии	Рост (+2 млн)	Все категории товаров	25		0%	
14	Allegro	Аллегро	Польша	Польша	1999	Польша	Работает в Польше и Чехии	Рост (3 млн)	Все категории товаров	25		0%	
15	Pikart	Пикарт	Индия	Бангалоре	2007	Индия	Работает в Индии	Спад (-5 млн)	Все категории товаров	70		0,9%	
16	Target	Таргет	США	Миннеаполис	1962	США, Австралия	Работает в США и Австралии	Спад (-3 млн)	Все категории товаров	74		0,9%	
17	Zalando	Заландо	Германия	Берлин	2008	Европа	Работает в Европе, не работает в РФ	Стабильно	Одежда, обувь и аксессуары	50		0,6%	
18	Jiayuan	Джайуан	РФ	Москва	2000	РФ	Работает в РФ, Беларуси, Казахстане и Турции	Рост (+1,5 млн)	Все категории товаров	47	18,8	0,6%	13,4%
19	Alibaba	Алибаба	Китай	Ханчжоу	1999	Весь мир	Не работает в Тайланде, Сирии, Ливии, Ливии и РФ	Спад (-4 млн)	Все категории товаров	72	2,4	0,9%	1,7%
20	ASOS	Асос	Великобритания	Бристоль	2000	Весь мир	Не работает в Сирии, Кубе, Иране, Болгарии и РФ	Стабильно	Одежда, обувь и аксессуары	37		0,5%	
21	Decathlon	Декаثلон	Франция	Вильнёв-д'Акс	1976	Европа	Не работает в Сирии, Иране, Ливии, Кубе, Венесуэле, Чад, Мали, Сенегале, Судане, Зимбабве и РФ	Рост (+1,5 млн)	Спортивные, одежда и аксессуары для активного отдыха и спорта	25		0,3%	
22	Lamoda	Ламода	РФ	Москва	2011	РФ и страны б. СССР	Работает в РФ, Беларуси и Казахстане	Спад (-1 млн)	Одежда, обувь и аксессуары	8	7,4	0,1%	5,3%
23	DNS	ДНС	РФ	Владимир	1998	РФ	Работает в РФ	Стабильно	Электроника, оборудование, техника	20	20	0,3%	14,3%
24	Сбербанк	Сбербанк	Южная Корея	Сеул	2010	Южная Корея	Работает в Южной Корее	Стабильно	Все категории товаров	6		0,1%	
25	Яндекс.Маркет	Яндекс.Маркет	РФ	Москва	2006	РФ	Работает в РФ и странах б. СССР (кроме Украины)	Стабильно	Т. для портреты, изделия ручной работы, винтаж	3	2,7	0,04%	1,9%
26	Vol.com	Вол.ком	Нидерланды	Утрехт	1999	Нидерланды, Бельгия	Работает в Нидерландах и Бельгии	Спад (-1 млн)	Все категории товаров	8		0,1%	

¹ Кабинетное исследование АКАР на основе данных исследовательских компаний (2023).

тому неуклонно расширяющийся рынок электронной коммерции с 2010 года пережил ускоренный рост в течение последних лет.

В 2022 году рыночная стоимость выросла почти на 40 процентов по сравнению с прошлым годом, достигнув примерно шести триллионов рублей. Факторами развития электронной коммерции в России также стали высокие показатели проникновения интернета, а также огромное количество пользователей в социальных сетях, что постепенно привело к высокой склонности к онлайн-покупкам во всех слоях российского общества. В 2021 году уровень проникновения электронной коммерции по всей России составил более 52 процентов.

Оборот электронной коммерции в 2021 году мире составил почти 4,9 триллиона долларов США. Китай был одним из лидеров, на долю которого пришлось примерно 1,2 триллиона долларов США в розничной торговле в интернете в 2021 году (Мелкадзе, 2023).

Во-вторых, противоречивость развития нового цифрового мира проявляется в глубокой озабоченности большого количества граждан незащищенностью персональных данных. В России и мире наблюдается тенденция к росту защиты личной информации, пользователи не готовы делиться личными данными с компаниями, предоставляющими те или иные сервисы, услуги, т. д., однако одновременно повсеместно наблюдается нежелание изучать правила, нормы, инструкции компаний, предлагающих эти сервисы и услуги. Большинство юзеров социальных сетей не читают пользовательские соглашения.

Даже в таких продвинутых в области цифровой трансформации и защиты данных странах как Великобритания, по данным F-Secure, каждый пятый британец стал жертвой онлайн-мошенников, потери жертв в общей сложности в 2022 году составили более 1,3 млрд фунтов стерлингов. Эксперты отмечают, что, несмотря на потерю денег и личных данных, британцы не читают пользовательских соглашений (рис. 1), не принимают достаточных мер для защиты в интернете и социальных сетях.

Согласно отчету, жители Великобритании проводят в интернете и социальных сетях по восемь часов в день. «...58 % британцев заявили, что они предпочли бы, чтобы воры украли их машину, а не их личность», – рассказала Лаура Канкаала, руководитель отдела анализа угроз в F-Secure. Британцы признались, что больше всего не хотят, чтобы были украдены их фотографии, поскольку у трети из них на телефоне хранится более тысячи фотографий. Из них каждый десятый имеет до 10 тыс. фотографий. Четверо из десяти взрослых британцев заявили, что предпочли бы «засунуть руки в гнездо злобных муравьев, чем потерять свои личные данные» (Lapienytė, 2023).

Еще никогда человечество не сталкивалось с такой ситуацией, когда миллиарды пользователей не читали инструкций – 95 % юзеров социальных се-

тей не читали правила их использования – пользовательские соглашения¹, в которых все нарушения изначально оцениваются как неслучайные и злоумышленные².

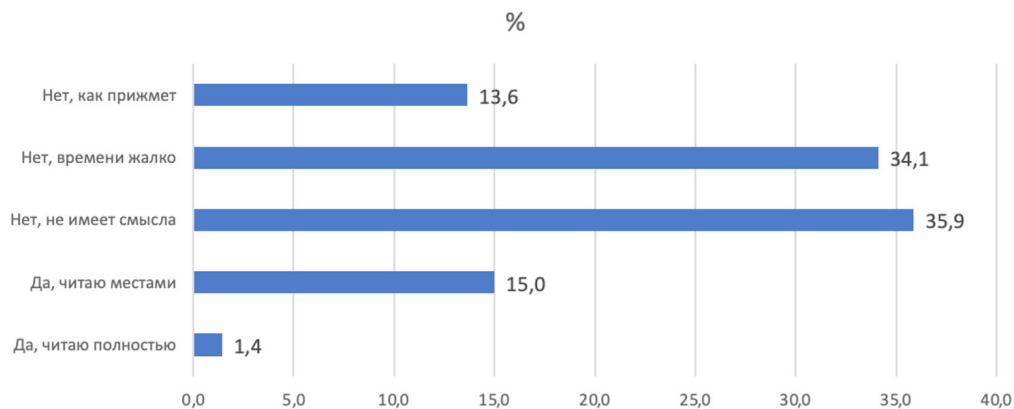


Рис. 1. Читаете ли вы пользовательские соглашения? ³

В-третьих, большинство пользователей диджитального мира отмечают негативное влияние технологий на некоторые сферы жизни. Это касается здоровья, качества проведения досуга, уровня личных и общественных отношений, успеваемости в учебе и успехов на работе. Негативное влияние технологий пагубно сказывается на эмоциональном и физическом состоянии граждан.

Противоречие заключается в том, что негативное влияние технологий не приводит к уменьшению их использования – большинство граждан верят, что в будущем технологические преимущества перевесят возникающие негативные последствия, то есть верят в то, что технологическое развитие в итоге приведет к более позитивным изменениям. Кроме этого, существует мнение, что необходимо быть на волне прогресса, иначе существует опасность выпасть из общего потока, оказаться на обочине технического и технологического развития, остаться в прошлом и потерять конкурентоспособность, остаться

¹ Люди не читают пользовательские соглашения и это может быть опасно – эксперимент. – URL: <https://refnews.ru/liudi-ne-chitaiut-polzovatelskie-sogl> (дата обращения: 23.03.2023).

² Причины нарушения целостности информации. – URL: https://studbooks.net/2029797/informatika/prichiny_narusheniya_tselostnosti_informatsii (дата обращения: 24.03.2023). (Действует презумпция виновности. Невидимый прокурор будет решать, закрыть ли аккаунт пользователя, разместившего в сети обнаженную женщину, вид сзади «Куртизанка» Винсента Ван Гога за популяризацию порнографии. И нет шансов на адвоката и на пересмотр «дела».)

³ Читаете ли вы лицензионные соглашения (ПО, др.)? – URL: <https://habr.com/ru/articles/284656> (дата обращения: 02.10.2023).

ся без работы и, соответственно, доходов (Нагдалиева, Оганесян, 2020). По результатам качественного исследования АКАР среди молодых женщин 20–35 лет оказалось, что большинство из них, признавая очевидный вред сетей для здоровья и учебы детей, не стало бы запрещать своим детям находиться в социальных сетях, потому что отсутствие в сетях, по мнению опрошенных, может привести к потере ребенком современной социализации, оставить его без общения, сделать изгоем среди сверстников.

Кроме этого, цифровые технологии открыли широкий доступ к разнообразным данным, однако многие пользователи не умеют ими пользоваться, что приводит дезинформации и росту фейков. Рост использования новых технологий, например, социальных сетей, позволяет расширить круг онлайн-общения; с другой стороны, это негативно сказывается на уровне обычного офлайн общения между людьми. Сеть переполнена материалами по негативному влиянию цифровых технологий, затрагиваются темы негативного влияния на здоровье, учебу, работу и т. д. (Wysociki, 2019). При этом рост цифровых технологий и сервисов продолжается.

Заключение

Информационные технологии занимают особое место в мире. С каждым днем появляется всё больше и больше различных видов гаджетов. Раньше люди и представить не могли, что когда-нибудь такое случится. А сейчас, к сожалению, большинство из них сложно отвлечь от нового виртуального мира.

По данным Минцифры, в РФ зарегистрировано 304 млн устройств мобильной связи, то есть на каждого жителя страны приходится два мобильных устройства. Из них 220 млн поддерживают стандарты 3G, а 27 млн – 4G. При этом смартфонов 100 млн штук. 77 % брендов смартфонов составляют Samsung (33 %), Xiaomi (25 %), Apple (13 %) и Realme (6 %) ¹.

Кроме мобильных телефонов (Мочар, 2023), в России в реальной эксплуатации на начало 2023 года находится 25,7 млн ноутбуков и 23,7 млн десктопов, то есть 49,4 млн штук, а также 50,6 млн планшетов (Ларикья, 2022). Таким образом, у граждан России находится в эксплуатации не менее 404 млн устройств, из которых 200 млн (смартфоны, планшеты, ноутбуки и десктопы) точно имеют техническую возможность подключения к интернету и социальным сетям. Подводя итоги, хочется сказать, что теперь наша жизнь невозможна без цифровых технологий и сервисов.

¹ В 2022 году Россия стала восьмой страной в мире по продажам смартфонов. – URL: <https://journal.tinkoff.ru/smartphone-2022/#:~:text=По%20данным%20Минцифры%2C%20в%20России,примерно%20в%20100%20млн%20штук.> (дата обращения: 10.08.2023).

Список источников

Ларикья Ф. Forecast of tablet user numbers in Russia 2017–2025. – 24.10.2022. – URL: <https://www.statista.com/statistics/566426/predicted-number-of-tablet-users-russia> (дата обращения: 10.08.2023).

Мелкадзе А. E-commerce market value in Russia from 2011 to 2022. – 4.04.2023. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1016094/russia-e-commerce-market-value/> (дата обращения: 04.09.2023).

Мочар В. Сколько в России компьютеров? Знает ITRResearch. 16.05.2023. – URL: <https://www.novostiitkanala.ru/news/detail.php?ID=168797> (дата обращения: 10.08.2023).

Нагдалиева Т. М. Положительное и негативное влияние технологий на жизнь человека / Т. М. Нагдалиева, К. А. Оганесян // Материалы XII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – URL: <https://scienceforum.ru/2020/article/2018019370> (дата обращения: 04.09.2023).

Плаксин С. М. «Черный лебедь» в белой маске. Аналитический доклад НИУ ВШЭ к годовщине пандемии COVID-19 / С. М. Плаксин, А. Б. Жулин, С. А. Фаризова. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 336 с. – ISBN 978-5-7598-2500-5.

Шевченко Л. Динамика в цифрах: как развиваются маркетплейсы в России и мире. 05.04.2023. – URL: <https://vc.ru/u/1408544-leo-shevchenko/656918-dinamika-v-cifrah-kak-razvivayutsya-marketpleysy-v-rossii-i-mire> (дата обращения: 13.08.2023).

Lapienyte Jurgita. Twelve m Britons have fallen for online scams. 21.02.2023. – URL: <https://cybernews.com/news/millions-britons-scammed> (дата обращения: 26.03.2023).

Wolf M. Social media? What social media? / M. Wolf, J. Sims, H. Yang // UK Academy for Information Systems. – 2018. – № 1. – P. 1–15.

Wysociki S. 19 Potential Negative Effects of Technology Digital Detox. – URL: <https://www.digitaldetox.com/blog/the-19-negative-effects-of-technology-in-2019> (дата обращения: 04.09.2023).

References

Larikk'ya F. Forecast of tablet user numbers in Russia 2017-2025. 10/24/2022. URL: <https://www.statista.com/statistics/566426/predicted-number-of-tablet-users-russia> (date of application: 10.08.2023).

Melkadze A. E-commerce market value in Russia from 2011 to 2022. 04.04.2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1016094/russia-e-commerce-market-value/> (date of application: 04.09.2023).

Mochar V. How many computers are there in Russia? Knows ITRResearch. 16.05.2023. URL: <https://www.novostiitkanala.ru/news/detail.php?ID=168797> (date of application: 10.08.2023). (In Russ.).

Nagdaliyeva T. M., Oganesyanyan K. A. Positive and negative impact of technologies on human life. *Materialy XII Mezhdunarodnoj studencheskoj nauchnoj konferencii «Studencheskij nauchnyj forum» = Materials of the XII International Student Scientific Conference “Student Scientific Forum”*. URL: <https://scienceforum.ru/2020/article/2018019370> (date of application: 04.09.2023). (In Russ.).

Plaksin S. M., Zhulin A. B., Farizova S. A. “Black swan” in a white mask. Analytical report of the HSE on the anniversary of the COVID-19 pandemic. *Moscow: Izdatel'skij dom Vysshej shkoly ekonomiki = Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics*; 2021. 336 p. ISBN 978-5-7598-2500-5 (In Russ.).

Shevchenko L. Dynamics in numbers: how marketplaces are developing in Russia and the world. 05.04.2023. URL: <https://vc.ru/u/1408544-leo-shevchenko/656918-dinamika-v-cifrah-kak-razvivayutsya-marketpleysy-v-rossii-i-mire> (date of application: 13.08.2023). (In Russ.).

Lapienyte Jurgita. Twelve m Britons have fallen for online scams. 21.02.2023. URL: <https://cybernews.com/news/millions-britons-scammed> (date of application: 26.03.2023).

Wolf M., Sims J., Yang H. Social media? What social media? *UK Academy for Information Systems*. 2018; 1: 1-15.

Wysociki S. 19 Potential Negative Effects of Technology Digital Detox. URL: <https://www.digitaldetox.com/blog/the-19-negative-effects-of-technology-in-2019> (date of application: 04.09.2023).

Для цитирования: Васильев Н. А. Основные противоречия цифровой трансформации // Гуманитарий Юга России. – 2023. – Т. 12. – № 5 (63). – С. 16–25.
DOI 10.18522/2227-8656.2023.5.1
EDN FRYRIN

История статьи:

Поступила в редакцию – 08.09.2023.
Одобрена после рецензирования – 06.10.2023.
Принята к публикации – 12.10.2023.

Сведения об авторе

Васильев Николай Александрович
Руководитель Исследовательского центра Ассоциации коммуникационных агентств России, Российской ассоциации маркетинговых услуг, Российской ассоциации развития интерактивной рекламы. Магистр социологии Московской высшей школы социологических наук (МВШСЭН, Manchester University); старший научный сотрудник сектора исследований социокультурных и медиакоммуникаций Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН
AuthorID РИНЦ: 1132621
nikolay.a.vasilyev@gmail.com

Information about author

Nikolay A. Vasilyev
Head of the Research Center of the Association of Communication Agencies of Russia, the Russian Association of Marketing Services, IAB Russia – the Interactive Advertising Bureau Russia, Master of Sociology at the Manchester University; Senior Researcher of the Sociocultural and Media Communications Research Sector of the Institute of Sociology of the Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences
WoS. ResearcherID: GQP-7436-2022
nikolay.a.vasilyev@gmail.com