

Российская академия наук  
Институт психологии

**А.Б. Купрейченко**

**ПСИХОЛОГИЯ  
ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ**

Издательство  
«Институт психологии РАН»  
Москва — 2008

УДК 15.9:316.6  
ББК 88  
К 92

Ответственный редактор:  
доктор психологических наук, член-корреспондент РАО  
*А.Л. Журавлев*  
Рецензенты:  
доктор психологических наук *М.И. Воловикова*  
доктор психологических наук, профессор *Л.М. Попов*

**К**    **Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия.** —  
М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008. -... с.

ISBN 978-5-9270-0126-2

Книга является первым отечественным исследованием соотношения психологических феноменов доверия и недоверия — особенностей их формирования, детерминации, структуры и социально-психологических функций. Впервые доверие и недоверие рассматриваются как свойства самоопределяющегося субъекта в контексте более общей проблемы нравственно-психологической регуляции социальной активности личности и группы. В ходе исследования определено место доверия и недоверия в системе феноменов и понятий, в частности, описана роль доверия в формировании психологической дистанции.

Предметом эмпирических исследований являлись личностные и групповые факторы доверия другим людям. Изучались также детерминанты и основания доверия и недоверия потребителей рекламе и рекламным персонажам. В специальной главе представлены результаты исследований организационного доверия, посвященных особенностям доверия личности разным группам работников и организации в целом, а также взаимосвязям доверия и недоверия с другими организационно-психологическими феноменами — корпоративной культурой, психологической атмосферой и социально-психологическим климатом. Монография представляет интерес для специалистов в области социальной, экономической, организационной, педагогической психологии, психологии личности, труда и управления, а также для широкого круга исследователей социогуманитарных отраслей знания, в частности, философов, социологов, экономистов, культурологов, политологов.

УДК 159,9:316,6  
ББК 88

*Издание осуществлено при финансовой поддержке  
Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ),  
грант № 05-06-06437а*

© Институт психологии Российской академии наук, 2008  
ISBN 978-5-9270-0126-2

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |    |
|--|----|
| А.Л.Журавлев. Психология доверия и недоверия: теория,<br>эмпирика и практика ..... | 7  |
| Введение .....   | 20 |

### Раздел I

#### **Доверие и недоверие как социально-психологические феномены**

##### **Глава 1**

##### **Концептуальные основы исследования феноменов доверия и недоверия**

|   |    |
|---|----|
| Введение .....  | 27 |
| 1.1. Основные направления исследований доверия и<br>недоверия ..... | 28 |
| 1.2. Соотношение доверия и близких феноменов .....                  | 41 |
| 1.3. Понимание феноменов доверия и недоверия .....                  | 47 |
| 1.4. Виды и типы доверия и недоверия .....                          | 59 |
| 1.5. Социально-психологические функции доверия и<br>недоверия ..... | 66 |
| Выводы по главе 1 .....   | 79 |

##### **Глава 2**

##### **Диалектика доверия и недоверия: соотношение, взаимовлияние, особенности**

|   |     |
|---|-----|
| Введение .....  | 88  |
| 2.1. Общие и отличительные характеристики доверия<br>и недоверия .....              | 89  |
| 2.2. ИмPLICITные представления о доверии и недоверии<br>личности другим людям ..... | 105 |
| 2.3. Критерии доверия и недоверия личности другим людям                             | 107 |
| 2.4. Факторы доверия и недоверия личности другим людям.                             | 119 |
| 2.5. Структура критериев доверия и недоверия личности<br>другим людям .....         | 138 |
| Выводы по главе 2 .....   | 148 |

##### **Глава 3**

##### **Доверие как главный компонент психологической дистанции**

|  |     |
|--|-----|
| Введение .....   | 156 |
| 3.1. Основные подходы к изучению психологической<br>дистанции .....          | 158 |
| 3.2. Психологическая дистанция: понимание и место в системе<br>понятий ..... | 170 |

|  |     |
|--|-----|
| 3.3. ИмPLICITные представления о психологической дистанции. . . . .  | 175 |
| 3.4. Особенности категоризации социального окружения у представителей различных социальных групп . . . . . | 177 |
| 3.5. Структура психологической дистанции . . . . .   | 187 |
| 3.6. Взаимоотношения личности с представителями разных «кругов» психологической дистанции . . . . .        | 195 |
| 3.7. Личностная детерминация психологической дистанции   | 203 |
| Выводы по главе 3 . . . . .  | 209 |

## **РАЗДЕЛ II**

### **ДОВЕРИЕ И НЕДОВЕРИЕ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА**

#### **Глава 4**

##### **Групповые и личностные характеристики доверия/недоверия другим людям**

|  |     |
|--|-----|
| Введение . . . . .   | 217 |
| 4.1. Основные методические подходы к оценке доверия. . . . .                                   | 218 |
| 4.2. Разработка и валидизация методики оценки доверия/недоверия личности другим людям. . . . . | 223 |
| 4.4. Личностные детерминанты доверия и недоверия другим людям . . . . .                        | 249 |
| 4.5. Психологические типы доверия/недоверия личности другим людям . . . . .                    | 267 |
| 4.6. Взаимосвязь различных видов доверия и недоверия личности . . . . .                        | 280 |
| Выводы по главе 4 . . . . .  | 293 |

#### **Глава 5**

##### **Психология доверия и недоверия личности рекламе**

|   |     |
|---|-----|
| Введение . . . . .  | 301 |
| 5.1. Актуальные проблемы психологических исследований доверия/недоверия рекламе и рекламным персонажам. . . . . | 302 |
| 5.2. Взаимосвязь доверия рекламе и доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям . . . . .                | 318 |
| 5.3. Взаимосвязь доверия/недоверия личности другим людям с доверием и недоверием рекламным персонажам. . . . .  | 328 |
| 5.4. Роль доверия в формировании отношении потребителей к женскому рекламному образу . . . . .                  | 347 |
| Выводы по главе 5 . . . . .   | 360 |

#### **Глава 6**

##### **Психология доверия и недоверия в организации**

|   |     |
|---|-----|
| Введение .....  | 368 |
| 6.1. Актуальные проблемы исследования доверия и недоверия в организации .....   | 370 |
| 6.2. Взаимосвязь доверия работников коллегам и руководителям с психологической атмосферой, климатом и групповой сплоченностью в организации ..... | 389 |
| 6.3. Доверие/недоверие личности другим людям как фактор психологического климата и атмосферы в организации  | 414 |
| 6.4. Представления различных групп персонала о доверии в организации .....  | 433 |
| 6.5. Особенности доверия и недоверия в организациях с разным типом корпоративной культуры .....   | 439 |
| 6.6. Некоторые направления и способы формирования доверия в деловых отношениях .....  | 455 |
| Выводы по главе 6 .....   | 458 |

### **РАЗДЕЛ III ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

#### **Глава 7**

##### **Основные итоги и перспективы исследования доверия и недоверия**

|   |            |
|---|------------|
| 7.1. Итоги исследования .....   | 471        |
| 7.2. Перспективные направления исследований доверия и недоверия ..... | 477        |
| <b>Библиография</b> .....   | <b>485</b> |

### **ПРИЛОЖЕНИЯ**

|  |            |
|--|------------|
| <b>Приложение 1</b> .....  | <b>525</b> |
| Опросник для изучения критериев доверия и недоверия личности другим людям А.Б. Купрейченко и С.П. Табхаровой .....                   | 525        |
| <b>Приложение 2</b> .....  | <b>531</b> |
| Факторы доверия и недоверия личности другим людям .....  | 531        |
| <b>Приложение 3</b> .....  | <b>538</b> |
| Авторская методика исследования структуры психологической дистанции (модификация для выборки студентов) .....                        | 538        |
| <b>Приложение 4</b> .....  | <b>540</b> |
| Методика исследования психологической дистанции (модификация для выборки сотрудников УВД, выполненная совместно с О.С. Ключко) ..... | 540        |
| <b>Приложение 5</b> .....  | <b>542</b> |

|  |            |
|--|------------|
| Методика «Вера в людей» М. Розенберга .....  | 542        |
| <b>Приложение 6</b> .....  | <b>543</b> |
| Инвестиционная игра для экспериментального изучения<br>доверия .....   | 543        |
| <b>Приложение 7</b> .....  | <b>544</b> |
| Методика межличностного доверия Р. Левицки, М.<br>Стивенсон и Б. Банкер .....  | 544        |
| <b>Приложение 8</b> .....  | <b>545</b> |
| Авторская методика оценки доверия/недоверия личности<br>другим людям .....   | 545        |
| <b>Приложение 9</b> .....  | <b>547</b> |
| Рефлексивный опросник уровня доверия к себе (модифи-<br>кация опросника Т.П. Скрипкиной для школьников) .....  | 547        |
| <b>Приложение 10</b> .....   | <b>548</b> |
| Авторская методика доверия/недоверия личности миру,<br>другим людям, себе .....  | 548        |
| <b>Приложение 11</b> .....   | <b>549</b> |
| Анкета отношения и доверия рекламе А.Н. Лебедева .....   | 549        |
| <b>Приложение 12</b> .....   | <b>551</b> |
| Методика оценки психологической эффективности<br>рекламного сообщения А.Б. Купрейченко .....   | 551        |
| <b>Приложение 13</b> .....   | <b>552</b> |
| Методика доверия/недоверия личности рекламным<br>персонажам (модификация методики привлекательности/<br>непривлекательности рекламных персонажей<br>А.Б. Купрейченко и Л.А. Мининой) ..... | 552        |
| <b>Приложение 14</b> .....   | <b>555</b> |
| Методика «Образ женщины в рекламе» А.Б. Купрейченко и<br>А. Лейкиной. ....   | 555        |
| <b>Приложение 15</b> .....   | <b>558</b> |
| Авторская методика оценки доверия/недоверия сотрудника<br>коллегам и руководителям организации .....   | 558        |
| <b>Приложение 16</b> .....   | <b>560</b> |
| Методика оценки уровня доверия в организации Р.Б. Шо .....   | 560        |

## **ПСИХОЛОГИЯ ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ: ТЕОРИЯ, ЭМПИРИКА И ПРАКТИКА**

Феномен доверия «вошел» в предметное поле многих социогуманитарных наук фактически молниеносно: в середине 1990-х годов появились первые крупные публикации отечественных авторов, скорее теоретического и гипотетического характера, а в конце того же десятилетия уже оформилось научное направление исследований, причем в экономической науке и политологии, социологии и психологии практически одновременно. Причиной тому, по нашему мнению, явился ярко выраженный общественно-психологический феномен, получивший наименование «дефицит доверия» и сформировавшийся в российском обществе к середине 90-х годов XX в. Он стал одним из негативных следствий тех радикальных экономических и политических преобразований, которые имели место в России в начале 1990-х годов. Дефицит доверия остро чувствовался во многих слоях общества того исторического периода и в большинстве сфер жизнедеятельности людей, особенно в экономике, политике и социальной сфере. Таким образом, подлинным источником формирования научного интереса к проблемам доверия, по нашему мнению, были именно практические потребности, благодаря которым и возникла общественная атмосфера высокой востребованности знаний о доверии, позволяющих не только его описывать, но и объяснять, прогнозировать и, по возможности, воздействовать на него, управлять им.

Именно после такого вывода целесообразно задаться историко-научным вопросом: а сами социогуманитарные науки могли бы прийти путем своего естественного развития до исследования интересующих нас феноменов? Ответ безусловен: конечно, но для этого потребовалось бы значительно большее время. И одна из важных причин этого заключалась бы в том, что соответствующие науки методически не были готовы к исследованиям столь сложных феноменов доверия и недоверия.

В связи с содержанием анализируемого предмета следует сказать еще об одной важной детали. В психологии известны также феномены, которые получают от исследователей разного рода образную квалификацию «категория повышенной сложности», «тончайшие психологические явления» и т.п., что свидетельствует, прежде всего, о чрезвычайной трудоемкости их исследования из-за высокой динамичности, многофакторной зависимости и т.д. Феномены доверия и недоверия относятся именно к такой особой категории. Практика изучения подобных психологических явлений показывает, что при

отсутствии внешне обусловленной востребованности знаний о таких явлениях имеет место очень медленное продвижение в их разработке и понимании. Об этом же свидетельствует и тот исторический факт, что первое и очень интересное исследование доверительного общения, выполненное В.С. Сафоновым под научным руководством Е.В. Шороховой во второй половине 1970-х в Институте психологии АН СССР, продолжительное время оставалось малозаметным «островком» среди достаточно интенсивно умножающихся социально-психологических исследований. Работа В.С. Сафонова, по нашему мнению, значительно опередила свое время и, к сожалению, не стимулировала тот мощный поток исследований, который наблюдался ровно через 20 лет и в совершенно другой исторический период развития российского общества.

«Дефицит доверия» как феномен не столько по своим причинам и детерминантам, сколько по механизмам формирования и изменения (динамике), по многообразным своим проявлениям традиционно относится к категории социально-психологических, так как он возникает и проявляется, прежде всего, во взаимоотношениях и взаимодействии людей. Его изучение, а тем более практический учет или воздействие на него принципиально невозможно без психологических знаний и участия психологов, причем самых разных специализаций. За короткий срок сформировалась целая когорта специалистов, выполнивших интереснейшие и теоретические, и эмпирические исследования. Среди них следует выделить психологические работы И.В. Антоненко, Л.А. Журавлевой, В.П. Зинченко, В.П. Познякова, Т.П. Скрипкиной, В.А. Сумароковой, П.Н. Шихирева и мн. др. авторов. В этом ряду очень достойное и заметное для специалистов место всегда занимали исследования А.Б. Купрейченко, результаты которых, подробно изложенные, обобщенные и систематизированные, представлены именно в этой монографии.

Безусловный интерес вызывают ведущие *теоретические основания* данного исследования. На них не только строятся концептуальные представления автора монографии, но они реально трансформируются в векторы их теоретического развития. *Первым* таким основанием, о котором открыто заявляется в самом начале авторского введения, является *психосоциальный подход* к анализу интересующих явлений доверия и недоверия. Дело в том, что сами эти явления по своей природной сущности не могут квалифицироваться только как психологические или как социальные, как бы этого ни хотелось представителям соответствующих наук, психологам или социологам, так как реально они имеют *психосоциальную природу*. И это адекватно



понимается автором, несмотря на его психологическую специализацию как исследователя. Чрезвычайно значимыми поэтому становятся организованные А.Б. Купрейченко эмпирические исследования в естественных социальных условиях жизнедеятельности людей — реальных «носителей» многочисленных социальных и психологических признаков, качеств, свойств и т.п. Именно в соответствии с психосоциальным подходом на стадии разработки программы и организации исследования был заложен учет важнейших факторов: образовательного и профессионального, семейного статуса и наличия детей, этнического и регионального, исторического, социокультурного и др. В данной работе особое значение и смысл придается проектированию и учету таких экономико- и организационно-психологических факторов, как: экономический (или имущественный) статус, род занятий, тип экономической активности, корпоративная культура организации и т.д., на изучении влияния которых в том числе и на характеристики доверия и недоверия фактически специализируется автор монографии как исследователь.

В работе убедительно показано, что совсем не учитывать и тем более игнорировать перечисленные и некоторые другие факторы практически невозможно, так как в зависимости от их качественного состояния в исследовании получают принципиально разные данные. В этом смысле усредненные и никак не дифференцированные показатели доверия и недоверия становятся не только неточными, но и неадекватными, не соответствующими изучаемым психологическим реальностям.

Как второе теоретическое основание — источник концептуальных представлений автора — рассматривается *субъектный подход* в психологии, наиболее плодотворно разработанный в трудах С.Л. Рубинштейна и его учеников и последователей К.А. Абульхановой, А.В. Брушлинского и др. В теоретической опоре А.Б. Купрейченко на данный подход главное состоит в том, что доверие и недоверие рассматриваются в качестве свойств или состояний человека как субъекта, т. е. активного, относительно независимого, социально ответственного, способного к саморефлексии и произвольной регуляции, самостоятельно принимающего решения, имеющего собственную позицию и т.п. Характеристики феноменов доверия и недоверия человека многообразным социальным объектам (себе, людям, организациям, обществу, миру и т.п.) становятся принципиально разными, если он обладает различными субъектными свойствами. В анализируемом исследовании автора интересует не просто субъект, а *субъект самоопределяющийся*, находящийся в состоянии

поиска и выбора, формирования и созидания своего неповторимого способа жизнедеятельности, собственной позиции в системе отношений и взаимодействия с людьми и окружающим миром в целом. Для самоопределяющегося субъекта доверие и недоверие могут становиться не только необходимостью, каким-либо жизненным функционалом или следствием определенных жизненных условий, обстоятельств и т.п., но и результатом его самостоятельного выбора, самым принятого решения, осознаваемым жизненным правом и т.д. В этой связи уже при построении исследования доверия и недоверия должен предусматриваться поиск далеко не случайных их характеристик, а именно тех, в которых и проявляется самоопределяющийся субъект со всем сложнейшим комплексом своих свойств.

В данной работе фактически конкретизируются и развиваются научные представления, сформулированные А.Б. Купрейченко в ранее изданной в соавторстве монографии (А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко «Экономическое самоопределение: теория и эмпирические исследования». М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. 480 с.). В новой книге такая конкретизация заключается, с одной стороны, в выяснении роли феноменов доверия и недоверия в структуре и динамике самоопределения индивидуального и группового субъекта, а с другой — в изучении и систематизации многообразных проявлений содержательных и формально-динамических характеристик самоопределения и не менее многочисленных — самоопределяющегося субъекта в его доверии и недоверии различным социальным объектам (себе, другим людям, разным группам и т.д.).

*Третьим* теоретическим основанием исследования А.Б. Купрейченко является научное направление, которое пока лишь условно обозначается как *проблема нравственности в психологии, этическая психология* или *духовно-нравственная психология*. Автора монографии наиболее интересует содержание различных нравственных факторов (принципов и идеалов, норм и правил, свойств и качеств, состояний и симптомокомплексов и т.п.), которые характерны как для самого субъекта, так и для его партнеров по взаимодействию и которые выступают детерминантами возникновения и развития, трансформации и разрушения доверия и недоверия. Фактически речь идет об изучении регуляторной роли нравственных факторов в анализируемых в книге феноменах, и, в соответствии с теоретическими представлениями А.Б. Купрейченко, это включается в более общее научное направление, сформулированное ею как «проблема нравственно-психологической регуляции социальной активности личности и группы» (см. также ранее изданную монографию:

А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. «Нравственно-психологическая регуляция экономической активности». М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003. 436,с.).

Эта проблема сама по себе чрезвычайно сложна, однако ситуация исследования дополнительно усложняется еще и тем, что феномены доверия и недоверия являются нравственно-психологическими по своей сути, особенно такие их виды, как доверие и недоверие себе, другим людям, обществу в целом и т.п., т.е. таким социальным объектам, которые предполагают людей. Поэтому доверие и недоверие могут выступать полноправными детерминантами, с одной стороны, многообразных нравственно-психологических феноменов, а с другой — еще более многочисленных феноменов межличностного и межгруппового взаимодействия и социального поведения (активности) в целом. В конкретных исследованиях, результаты которых подробно изложены в книге, показана *регуляторная роль* доверия/недоверия в процессах категоризации личностью социального окружения, в частности, в распределении (группировании) людей по «кругам» психологической дистанции, в готовности субъекта к соблюдению разной строгости социальных (в том числе и нравственных) норм и правил в отношениях и взаимодействиях с людьми, в оценке разных видов неэтичной рекламы и др.

*Четвертым* и не менее важным теоретическим основанием работы является известная *концепция психологического отношения*, разрабатываемая в работах отечественных психологов А.Ф. Лазурского, В.Н. Мясищева, Б.Ф. Ломова, К.К. Платонова, Е.В. Шороховой, П.Н. Шихирева, А.Л. Журавлева, В.П. Познякава, И.Р. Сушкова и др. В рамках соответствующего исследовательского подхода А.Б. Купрейченко сформулированы определения ключевых понятий: доверия и недоверия, а также психологической дистанции как психологического отношения с характерной для него трехкомпонентной структурой.

*Пятую* теоретическую основу исследования, безусловно, составляют *положения системного подхода*. Его реализация в данной работе заключается в самой организации изучения системных связей различных видов и форм доверия и недоверия, в системном анализе критериев их выделения, а также детерминант, следствий и психологических функций. Системный характер носит и выбор совокупности социальных объектов, по отношению к которым изучается доверие и недоверие интересующих субъектов.

Данная книга в целом характеризуется некоторыми особенностями, на которых следует специально остановиться, представив их

в виде нестройной, но связанной совокупности.

*Во-первых*, содержание монографии полностью соответствует основным требованиям, предъявляемым к исследованиям, получающим квалификацию *фундаментальных*, — это крупная, тщательно продуманная, логично выстроенная, основательно прописанная работа, заслуживающая высокой положительной оценки и т.д. Основательность в изложении материала характеризует также выделенные разделы и главы, которые выстроены в единой логике, каждая в отдельности представляет относительно законченный научный продукт, обоснованный в предыдущей главе и обсуждаемый в следующей.

*Во-вторых*, выполненное многолетнее исследование характеризует *многоуровневостью психологического анализа* феномена доверия, дифференцированным изложением результатов изучения доверия личности принципиально разным социальным объектам: себе, конкретному другому человеку и другим людям в целом, отдельному подразделению и организации в целом, конкретному обществу и окружающему миру. Перечисленные и некоторые другие социальные объекты (например, малые и большие группы и т.п.) положены в основу выделения различных видов доверия, предпринятого А.Б. Купрейченко наряду с другими основаниями (или критериями) их группирования. Разные виды доверия представлены в книге во всем их многообразии, однако при этом они строго соотносятся друг с другом в соответствии с принципом их *уровневой иерархической организации*.

*В-третьих*, в целом многоаспектное исследование А.Б. Купрейченко выстроено в логике изучения не единого феномена доверия, а фактически дифференцированного анализа двух феноменов — *доверия и недоверия*, которые рассматриваются как относительно самостоятельные. Именно это получило в работе многостороннее и наиболее подробное обоснование. Необходимо прямо отметить, что наиболее крупный и явно бесспорный научный вклад в разработку психологических проблем вносит А.Б. Купрейченко результатами теоретических и эмпирических исследований одновременно доверия и недоверия. До настоящей работы феномен недоверия был практически неизученным, тем более в таком объеме и так глубоко, как это сделано в описываемом здесь исследовании. Однако, несмотря на высокую актуальность именно совместного изучения доверия и недоверия как независимых феноменов, которые выполняют разные функции в регуляции жизнедеятельности людей, автор исследования при этом не занимает каких-то крайних позиций, действительно настаивая лишь на оптимальном балансе их исследования и обнаруживая у этих

феноменов общие характеристики, сходные выполняемые функции и т.д. А.Б. Купрейченко даже на понятийном уровне смогла вполне диалектично решить вопрос о разделении *дифференцированного и интегрированного видов анализа* феноменов доверия и недоверия. Когда эти явления рассматриваются в работе как взаимосвязанные, то она предлагает использовать понятие «доверие/недоверие», а когда — как относительно автономные, то словосочетание «доверие и недоверие». Разработанные ею отдельные структуры критериев доверия и недоверия достаточно убедительны, и выглядят они очень внушительно (глава 2, схемы 2 и 3).

В связи с интенсивным становлением дифференцированного анализа доверия и недоверия, характерным для современных психологических исследований, хочется сделать один комментарий исторического содержания. Логично было бы предположить, что возникший к середине 1990-х годов общественно-психологический феномен «дефицит доверия», о котором говорилось выше, должен был бы вызвать научный интерес исследователей к изучению недоверия в том числе. Однако этого не произошло, и, казалось бы, логично вытекающие исследования инициированы не были. Потребовалось еще примерно 7–9 лет, чтобы данная задача была профессионально отрефлексирована, сформулирована как относительно самостоятельная, а для ее выполнения были организованы специальные эмпирические исследования. Это и было сделано под научным руководством А.Б. Купрейченко одной из ее учениц С.П. Табхаровой. Так сложившиеся обстоятельства в истории зарождения и развития конкретных исследований недоверия пока остаются трудно объяснимыми.

*В-четвертых*, содержанием своей монографии А.Б. Купрейченко продемонстрировала удачное *сочетание* трех основных методов анализа феноменов доверия и недоверия: *теоретического, эмпирического и практического*. Книга включает интересные теоретические разработки, прежде всего модели, описывающие изучаемые феномены и выполняемые ими функции, упоминавшиеся структуры их критериев и др., что существенно продвигает профессиональное научное знание о доверии и недоверии. Теоретические модели, в свою очередь, проверяются эмпирическим путем, через специально организованные конкретные исследования, результаты которых не существуют сами по себе, а именно теоретически осмысливаются и используются для порождения новых теоретических моделей, положений и гипотез. В то же время и теоретические положения, и данные, полученные эмпирическим путем, ориентированы на решение важных практических задач, возникающих прежде всего в деловых межличностных

и межгрупповых отношениях, в трудовых организациях, рекламном бизнесе и т.д.

Одной из таких практических задач является оценка *психологической эффективности* различных форм социального влияния и взаимодействия, в частности, психологической эффективности рекламы (глава 5) и психологической эффективности жизнедеятельности организации (глава 6). Автором предложены специальные методические разработки, позволяющие решать практические задачи *психологической диагностики* этих феноменов. Практическое значение имеют также выявление особенностей отношения (в том числе доверия) представителей различных социальных и демографических групп к отдельным категориям их социального окружения (глава 3), описание социально-психологических и социально-демографических характеристик представителей эмпирически выделенных типов доверия/недоверия личности другим людям (глава 4) и др. Реализация в исследованиях принципа единства теории, эмпирического анализа и практики — характерная особенность представляемой монографической работы.

*В-пятых*, для данного теоретико-эмпирического исследования характерно использование богатого и по своему содержанию разнообразного методического инструментария, что в изучении новых явлений само по себе заслуживает профессиональной поддержки и высокой оценки. Однако автор пошел значительно дальше, заметно продвигая *методические разработки* в исследовании доверия и недоверия. С одной стороны, в социо-гуманитарных науках утвердилось мнение о том, что метод вторичен, а главное — это концептуальные представления, предвещающие его разработку, а с другой — правомерны и слова И.П. Павлова, ставшие для исследователей крылатыми, о том, что новый метод реально движет науку.. Что бы ни говорилось, но новые методики и приемы психологического исследования, особенно недостаточно изученных явлений, к которым относятся доверие и недоверие, всегда вызывают большой интерес специалистов. Такое же отношение будут вызывать и оригинальные разработки, выполненные А.Б. Купрейченко индивидуально или совместно со своими учениками, среди которых целесообразно выделить авторские методики исследования структуры психологической дистанции у студентов (приложение 3), оценки доверия/недоверия личности другим людям (приложение 8), коллегам и руководителям организации (приложение 15) и др.

Методические новинки автора характеризуются достаточно высоким уровнем культуры как разработки, так и изложения. В книге

приводится подробное описание процедур и технологий создания методического инструментария, его тщательной валидации, создания некоторых экспресс-вариантов, всевозможных дополнительных проверок, сопоставления данных, полученных с помощью различных методик, и многое другое — все это представляет безусловный интерес для специалистов. Использованные в эмпирических исследованиях методические средства, в том числе и авторские, результаты их адаптации к изучению разных социальных объектов приведены в богатом приложении к книге, причем вместе со всеми дополняющими методики элементами (протоколами, «ключами» и т.п.).

Автор данной монографии и ранее, причем неоднократно, проявлял себя как продуктивный и творческий исследователь-методист, предложивший инновационные технологии изучения отношения личности к соблюдению нравственных норм, конфликтного отношения к деньгам, экономического и нравственного самоопределения личности и т.д. Такая квалификация автора фактически подтвердилась в очередной раз. При этом чрезвычайно заметно то, что каждый раз речь идет о новых методических разработках для исследования именно недостаточно известных в психологии явлений.

Одной из сильных сторон состоявшегося исследования А.Б. Купрейченко является чрезвычайно солидный объем тщательно обработанных, проанализированных и обобщенных его результатов, полученных в конкретных эмпирических исследованиях. Фактически сделан очень мощный шаг, приближающий нас к тому сформулированному самим же автором условию, когда будет в наличии большой массив эмпирических данных о доверии и недоверии, который только и может позволить, с одной стороны, их группировать, обобщать, систематизировать и т.п., а с другой — оценить полноту и правомерность тех или иных теоретических моделей доверия и недоверия, существующих в настоящее время. В этот, образно говоря, «банк» научных данных А.Б. Купрейченко своей монографией вносит фундаментальный вклад, который неизбежно будет наращиваться все новыми и новыми результатами, полученными ею, а также теми, кто будет использовать разработанные ею методики. Как обычно показывает практика, такого времени не приходится ожидать долго, если есть готовые и добротные методики исследования. В этой связи уже достаточно хороший пример показан в настоящей монографии, когда многочисленные эмпирические исследования, в том числе выполненные совместно с учениками, проводились как согласованные и сопоставимые части единой и заранее разработанной программы. Именно это во многом определило, что реализованные части работы

оказались взаимодополняющими, а все исследование — очень цельным. Конечно, такие характеристики работы стали возможными также благодаря тщательно продуманным концептуальным представлениям автора об изучаемых феноменах. В профессиональном психологическом сообществе хорошо известно, что эти теоретические взгляды и результаты эмпирических исследований неоднократно обсуждались на научных конференциях и симпозиумах, большое число раз выверялись, корректировались и уточнялись прежде, чем они были включены в данную книгу.

В психологии уже достаточно давно вызывают интерес особые пары явлений, которые концептуально рассматриваются как *полярные* и традиционно изучаются как *взаимосвязанные, но с противоположными знаками*: совместимость и несовместимость, удовлетворенность и неудовлетворенность, способность и неспособность, профессиональные пригодность и непригодность, конформность и неконформность, терпимость и нетерпимость и т.д. Однако в последние десятилетия накопились убедительные эмпирические (и экспериментальные) данные о том, что перечисленные и многие другие пары явлений могут находиться в принципиально разных состояниях или обладать принципиально разными качествами, в том числе и относительно самостоятельными и даже автономными, в зависимости от многих условий, обстоятельств и т.п. Реально же получается так, что чаще всего они исследуются *односторонне*: лишь как полярно взаимосвязанные. В результате их исследования, в частности, получены заслуживающие внимания данные о том, что отмеченные выше полярные феномены характеризуются разными совокупностями признаков, свойств, качеств, факторов и т.п., а отсутствие одного из феноменов не приводит автоматически к появлению второго, противоположного. Поэтому изучаться они должны в том числе и как несвязанные, независимые, самостоятельные, автономные, самодостаточные и т.п. Сейчас очень трудно как-то однозначно квалифицировать соотношение этих явлений. Конечно же, в будущем исследователям придется отвечать на этот вопрос и приходить к какой-то согласованной его трактовке. Феномены доверия и недоверия также относятся к данной категории явлений, причем изучаться они стали значительно позже тех пар, которые были перечислены выше. Однако именно благодаря конкретным исследованиям и монографии А.Б. Купрейченко в настоящее время ничто так полно и глубоко не разработано из выделенных *пар явлений*, как доверие и недоверие, несмотря на относительно короткую историю их исследований.

Можно с уверенностью заключить, что своими теоретическими,



эмпирическими и ориентированными на практику разработками, изложенными в представляемой монографии, А.Б. Купрейченко фактически обосновала *новое научное направление исследований* — дифференцированного и интегрированного психологического анализа закономерностей возникновения, функционирования и развития сложнейших феноменов доверия и недоверия, их признаков и критериев, структуры и динамики, различных форм и видов, общих и специфических функций в жизнедеятельности человека и его групп и т.д. О наличии соответствующего научного направления свидетельствуют веские аргументы: большая совокупность глубоко проанализированных и выстроенных в систему научных проблем, составляющих это направление; разработанные теоретические модели, получившие свое обоснование в результатах выполненных конкретных исследований; предложенная автором крупная целостная программа, в соответствии с которой проводятся взаимосвязанные эмпирические исследования; разработанный оригинальный методический инструментарий, позволяющий получать сопоставимые и взаимодополняющие данные; наличие учеников, совместно с которыми выполняются научные работы и т.д. Все это в совокупности позволяет квалифицировать данное научное направление исследований, с одной стороны, как уже состоявшееся и достойно представленное в фундаментальной монографической работе, а с другой — как чрезвычайно перспективное и имеющее интересное будущее.

Необходимо отметить наиболее важные и конкретные итоги работы А.Б. Купрейченко в соответствии со сформированным ею научным направлением. *Во-первых*, это обобщенные результаты уже упоминавшегося дифференцированного анализа двух тесно взаимосвязанных психологических феноменов — доверия и недоверия. *Во-вторых*, обоснование места доверия и недоверия в ряду близких феноменов, как частных (их структурных составляющих — надежность и ненадежность, тождественность и различие и т.д.), так и более общих (психологическая дистанция, социально-психологическое пространство и т.п.), а также выявление взаимосвязей с рядом других феноменов (психологические атмосфера и климат, корпоративная культура организации и др.). *В-третьих*, определение широкого исследовательского проблемного поля, в том числе описание различных видов и типов доверия и недоверия, анализ специфики их формирования и ролей в регуляции жизнедеятельности личности и группы. *В-четвертых*, выявление групповых и личностных факторов доверия и недоверия, что позволит в дальнейшем построить развернутую и эмпирически обоснованную систему детерминант

этих феноменов.

Несмотря на значительный объем полученных теоретических и эмпирических результатов, перечисленные исследовательские проблемы будут сохранять свою актуальность еще достаточно долго. Большие перспективы открываются через развитие дифференцированного анализа доверия и недоверия, в частности, одной из важных и конкретных его задач должно стать изучение различных психологических *типов амбивалентного отношения субъекта* — одновременного доверия и недоверия объекту и др.

Можно отметить еще ряд проблем, имеющих особую значимость для развития заявленного А.Б. Купрейченко научного направления. В первую очередь, это анализ динамично протекающих процессов доверия и недоверия, т.е. выявления закономерностей их становления и формирования, функционирования и развития, а также угасания и преодоления, разрушения и восстановления и т.д. Особое место в этих исследованиях должно занимать изучение *внутренних и внешних условий*, в которых происходит социальное взаимодействие, поскольку решающее значение могут иметь такие переменные, как влияние социального окружения, значимость/незначимость доверия и недоверия для партнеров, оценка ими ситуации, а также основные цели и смыслы конкретного взаимодействия и жизнедеятельности в целом. В этой связи наиболее перспективным является анализ доверия и недоверия как компонентов *самоопределения, жизнедеятельности или бытия* субъекта, а ситуации взаимодействия и отдельных ее элементов (участников) как составляющих *социально-психологического пространства субъекта*. Изучение процессов доверия и недоверия особенно сложно еще и по той причине, что фактически должны изучаться, *взаимоотношения*, а это, в свою очередь, предполагает анализ *динамики состояний и отношений* всех участников взаимодействия.

Еще одним перспективным направлением исследований выступает *установление взаимосвязей* различных видов доверия и недоверия, в частности, себе, другим людям, обществу, миру. Возможным теоретическим результатом может быть построение иерархической или с какой-то иной организацией системы этих видов доверия и недоверия.

Особое значение для современной социальной психологии имеет поиск *социокультурных детерминант* доверия и недоверия, а также анализ *массовых феноменов* — доверия и недоверия в больших социальных группах. Существующие в этом направлении философские, социологические и экономические работы, в том числе изучение дове-

рия и недоверия отдельных групп российского населения различным социальным институтам и явлениям, должны получить психологическое обоснование и интерпретацию именно в ходе эмпирических исследований, а также в результате исторической реконструкции интересующих социально-психологических феноменов. Некоторые другие перспективы исследования доверия и недоверия подробно описаны автором в заключительной части данной монографии.

В целом представленная книга вызывает закономерный интерес, прежде всего, у исследователей традиционных областей социальной и организационной, экономической и политической, этнической и кросскультурной психологии, а также психологии личности, труда и управления и др. Ее содержание, безусловно, вносит заметный вклад в становление новейших отраслей психологической науки — этической (нравственной) и духовной психологии, что предстоит еще по-настоящему осмыслить только в будущем. Книга, по-моему, будет полезна для представителей многих социогуманитарных специальностей: социальной философии и социологии, экономической науки и менеджмента, политологии и социальной работы, межкультурной коммуникации и др. В ней содержится также много конкретных материалов, имеющих самое непосредственное отношение к практической работе с людьми в таких многообразных сферах общественной жизни, как экономика и политика, бизнес и реклама, организация и управление, обучение и воспитание, работа СМИ и PR-сфера и т.д., где изложенные в монографии результаты могут быть успешно использованы.

Член-корреспондент РАО,  
доктор психологических наук,  
профессор  
*А.Л. Журавлев*



## ВВЕДЕНИЕ

Социальные и политические трансформации современного общества, взаимопроникновение и столкновение различных культур обуславливают высокую социальную релевантность исследований доверия как явления, лежащего в основе мирного сосуществования и сотрудничества людей. Само доверие (его содержание, виды, основания и функции, которые оно выполняет в обществе) культурно и социально обусловлено, а потому динамично. Неизменным остается лишь высокое значение доверия в регуляции жизнедеятельности различных индивидуальных и групповых субъектов.

В последние годы интерес исследователей стало вызывать также и недоверие как относительно самостоятельный феномен. В связи с этим следует отметить, что психологический анализ доверия и недоверия, проводимый с позиций *психосоциального подхода*, несомненно, должен учитывать их социокультурную и историческую специфику. Одно из проявлений этой специфики состоит в том, что в условиях бурного культурного, социального, экономического и информационного обмена на фоне процессов глобализации и антиглобализации все большее распространение и значение в межгрупповых, внутригрупповых и межличностных отношениях получает особый вид доверия/недоверия. Он возникает между субъектами, для которых характерны различия, а зачастую и противоречия целей и ценностей, норм и правил поведения. Взаимодействие таких субъектов нередко проходит в условиях высокой неопределенности, в отсутствии регламентации и возможности контроля. Их объединяет, по сути, лишь заинтересованность в кооперации и мирном сосуществовании, которая и становится основанием доверия. Однако противоречие целей, а также непринятие и несопоставимость систем ценностей требует специальных гарантий безопасности партнеров. В таких условиях все более перспективной формой взаимоотношений становится баланс оптимальных уровней доверия и недоверия. Подобные тенденции общественной жизни определяют высокую актуальность *совместного*

*анализа доверия и недоверия* как относительно независимых феноменов, выполняющих специфичные функции в регуляции жизнедеятельности личности и группы. В реализации такого совместного их исследования состоит *первая* особенность выполненной работы.

*Вторая* особенность исследования заключается в том, что доверие и недоверие рассматриваются как *свойства самоопределяющегося субъекта*, т.е. активного и динамичного, относительно автономного и ответственного, целенаправленно ищущего и осознанно выбирающего, формирующего и отстаивающего собственную позицию в сообществе людей и мире в целом. При таком подходе предметом анализа являются не только традиционно изучаемые возможности и способности субъекта к доверию и недоверию, но также его ориентация и психологическая готовность к этим видам отношения. Например, в определенных ситуациях доверие и недоверие могут восприниматься не как необходимость, а как право личности. Таковым по своей сути является доверие самым близким людям или представителям определенных профессий (врачам, спасателям, священнослужителям и т.д.). Личность оставляет за собой право доверять этим людям, считая их обязанными оправдывать возложенное доверие. Доверие может восприниматься субъектом и как долг. В этих случаях он вступает в открытое взаимодействие с неизвестными и небезопасными социальными объектами, для того чтобы продемонстрировать добрую волю и преодолеть существующую отчужденность или враждебность. Аналогичные роли в регуляции жизнедеятельности может выполнять и недоверие. Согласно данному подходу в доверии и недоверии проявляется стремление личности выразить свое отношение к окружающему миру, а сами отношения есть осознанно выбранная позиция субъекта. Различные виды доверия и недоверия имеют специфические основания, психологические механизмы формирования, функционирования и развития. Специальный анализ этих особенностей позволит обогатить и расширить научные представления о закономерностях возникновения и регуляции исследуемых феноменов.

*Третьей* особенностью работы является рассмотрение доверия и недоверия в контексте более общей *проблемы нравственно-психологической регуляции социальной активности* личности и группы. Выполненный анализ структуры исследуемых феноменов показал, что нравственные характеристики как самого субъекта, так и партнеров по взаимодействию и общению (реальных или вымышленных, например, рекламных персонажей) являются наиболее значимыми детерминантами формирования, развития или разрушения доверия

и недоверия. Кроме того, сформировавшийся их уровень оказывает влияние на категоризацию личностью социального окружения, определяя тем самым ее отношение к разным категориям людей. В частности, как показано в ходе исследования психологической дистанции, ее величина определяет отношение личности к соблюдению нравственных норм. Существуют также и обратные закономерности нравственно-психологической регуляции активности субъекта посредством доверия и недоверия. Например, принадлежность к психологически близкому социальному окружению определяет высокий уровень оценок доверия партнеру и его нравственности, а также готовность субъекта к более строгому соблюдению нравственных норм в отношениях с ним.

На фоне высокой актуальности социально-психологического изучения доверия и недоверия сдерживающее влияние на эмпирические исследования оказывает отсутствие согласованной теоретической позиции, сопоставимых концептуальных моделей и методических разработок, позволяющих достаточно полно и всесторонне анализировать эти феномены и сравнивать результаты их изучения. Исследование доверия и недоверия как социально-психологических феноменов представляет высокую степень трудности главным образом по причине их *многоуровневости и многообразия*. Можно выделить значительное число видов доверия и недоверия: личностное и межличностное, групповое и межгрупповое, общественное, а также персонифицированное и неперсонифицированное, формальное и неформальное и т.д. Различные уровни одного и того же вида, в частности, доверие и недоверие личности или группы другой личности, группе, обществу, людям вообще, отдельным социально-психологическим объектам, явлениям и миру в целом, характеризуются особенностями феноменологии и динамики. Кроме того, содержательные и формально-динамические характеристики доверия и недоверия специфичны для различных сфер жизнедеятельности субъекта, разных типов его отношений с людьми, этапов жизни и социальных ситуаций. В каждой из сфер человеческой активности и на каждом этапе возможны специфические формы и виды доверия и недоверия, различающиеся по своему происхождению, основаниям, детерминантам, механизмам и выполняемым функциям. Доверие и недоверие способны возникать и развиваться в процессе взаимодействия или вне него, могут иметь или не иметь институциональную основу, складываться стихийно или целенаправленно формироваться. Многообразие изучаемых феноменов позволяет считать современное состояние исследований доверия и недоверия начальной стадией их изучения. Действительно, пока не

будет накоплен, проанализирован и обобщен солидный массив эмпирических данных, собранных с помощью содержательно различных методических приемов, трудно оценить правомерность и полноту существующих на сегодняшний день теоретических моделей доверия, ни одна из которых не может быть признана универсальной.

Таким образом, данная работа является первым отечественным исследованием особенностей и доверия, и недоверия, а также их соотношения. Проведенный теоретико-эмпирический анализ позволил выявить общие и отличительные характеристики формирования, детерминации, структуры и социально-психологических функций этих феноменов. Как отмечалось выше, впервые доверие и недоверие рассматриваются как свойства самоопределяющегося субъекта. В ходе исследования определено место доверия и недоверия в системе феноменов и понятий, в частности, определена роль доверия в формировании психологической дистанции. Этим проблемам посвящен *первый раздел* монографии.

*Второй раздел* представляет результаты исследования доверия и недоверия в различных сферах жизнедеятельности человека. Предметом анализа являлись личностные и групповые факторы доверия другим людям. В ходе исследования изучались также детерминанты и основания формирования доверия и недоверия потребителей рекламы и рекламным персонажам. В специальной главе представлены результаты взаимодействующих исследований организационного доверия. Рассмотрены, в частности, особенности доверия личности разным группам работников и организации в целом, а также взаимосвязи доверия и недоверия с другими организационно-психологическими феноменами — корпоративной культурой, психологической атмосферой и социально-психологическим климатом.

Общая выборка исследования составила более 2700 человек, представляющих различные социально-экономические, демографические и организационные группы, что позволяет считать достаточно надежными разработанный методический инструментарий, полученные эмпирические результаты и сформированные на их основе выводы. Несмотря на это, представленные в монографии основные направления исследований сохраняют свою научную и практическую актуальность, поэтому работа по каждому из них будет продолжена в ближайшие годы. Остается также большая совокупность научных проблем, которые еще не получили достаточного развития в психологических исследованиях. Весьма перспективной является и задача дальнейшей разработки новых методических подходов и приемов исследования. Вышесказанное позволяет считать данную работу



необходимым этапом в изучении доверия и недоверия как социально-психологических феноменов.

Автор выражает глубокую признательность всем, кто способствовал появлению этой книги. В первую очередь своим учителям и тем, чьи работы вдохновили на проведение исследований доверия и недоверия, — А.Л. Журавлеву, В.А. Сумароковой, П.Н. Шихиреву. Особую благодарность хочется выразить сотрудникам Института психологии РАН за полезные замечания в ходе обсуждения результатов исследования, а также всем, кто оказывал помощь и поддержку при подготовке монографии — аспирантам, соискателям, студентам ИП РАН, ГУГН, МосГУ, ВШП при ИП РАН.

## **РАЗДЕЛ 1**

---

---

# **ДОВЕРИЕ И НЕДОВЕРИЕ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФЕНОМЕНЫ**

---

---



## ГЛАВА 1

### КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНОВ ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ

#### Введение

---

В настоящее время исследование доверия является одним из самых востребованных направлений в общественных науках [6, 35]. Оно также одно из наиболее характерных междисциплинарных проблем. Можно сказать, что особая востребованность исследований доверия и недоверия, а также культурная и историческая обусловленность этих феноменов определяют довольно интенсивный обмен знаниями специалистов различных научных отраслей. Насыщенность философских, социологических, экономических, политологических, исторических и других работ психологическими, социальными и культурными переменными не позволяет провести четкую границу между исследованиями доверия в рамках отдельных отраслей знания. В этой связи А.Л. Журавлев прогнозирует формирование такого направления исследований, которое бы занималось психологическими проблемами управления нравственным поведением как отдельного человека, так и различных общностей, отмечая при этом принципиальное сближение (или интегрирование) психологических исследований и исследований в других отраслях науки [11, с. 361]. По его мнению, наиболее интенсивно это сближение в настоящее время происходит в практических сферах управления, экономики, бизнеса и т.п. [11, с. 23].

Многие современные исследователи придерживаются близкой точки зрения. По мнению П. Штомпки, логика развития социальных наук определяет переход от «жестких переменных» (таких, как «класс», «статус», «технологическое развитие») к более «мягким»

(таким, как «символ», «ценность», «дискурс») [75]. Ю.В. Веселов отмечает в этой связи, что современная социология больше опирается на *социокультурные* факторы в объяснении развития общества, чем на *социоструктурные* [6, с. 7]. Наряду с рассмотрением традиционных объектов экономической наука решает такие проблемы, как этика бизнеса, мораль и рынок, справедливость и распределение богатства и т.д. Таким образом, в экономике и социологии происходит смещение интересов в пространство отношений между экономическими субъектами, а одним из наиболее важных показателей качества этих отношений является доверие [6, с. 7]. Все это определяет высокую степень открытости к обмену знаниями и диалогу специалистов различных общественных наук и оказывает позитивное влияние на развитие исследований доверия и недоверия, хотя и усложняет задачу разработки универсальной теоретической модели.

Предлагаемая глава посвящена анализу проблем доверия и недоверия, наиболее значимых в контексте социальной психологии. Особое внимание в ней отведено пониманию феноменов доверия и недоверия, их месту в системе понятий, социально-психологическим функциям, видам, формам и типам, т.е. тем вопросам, которые составляют теоретическую основу для разработки собственного подхода к их эмпирическому исследованию и теоретическому осмыслению.

### 1.1. Основные направления исследований доверия и недоверия

---

Обстоятельный анализ состояния исследований в области психологии доверия выполнен рядом авторитетных авторов в крупных работах последних лет и специальных обзорных публикациях [2, 3, 7, 10, 15, 22, 27, 28, 36, 39, 41, 47-49, 50, 53, 55, 57, 64-66, 67, 72, 73, 76-80, 82 и др.]. Стремясь избежать повторов, остановимся кратко на наиболее значимых направлениях исследования доверия и недоверия. Углубленный анализ исследований по конкретным проблемам представлен также в других главах монографии, в частности, в главах 2 и 4 проведен анализ исследований содержания и структуры доверия и недоверия, в главе 5 — доверия и недоверия рекламе, в главе 6 — организационного доверия и недоверия и т.д.

Проблемой, которую не обошел вниманием, пожалуй, ни один исследователь доверия и недоверия, является **понимание сущности и содержания этих феноменов**. Это понимание тесно связано с принадлежностью авторов к определенным отраслям общественных наук и научных направлений. На протяжении всего периода исследований

доверия и недоверия формулированы их разные определения, выделены специфические структурные элементы, основания и критерии. Исторически более ранние работы посвящены анализу феномена доверия. Недоверие как отдельное понятие привлекло внимание исследователей позднее, и ему посвящено значительно меньшее число работ. Следует отметить, что различаются взгляды исследователей не только на содержание доверия, но также и на то, к какому классу понятий оно относится. В различных исследованиях доверие рассматривается как ожидание, установка, отношение, состояние, чувство, процесс социального обмена и передачи информации и других значимых благ, личностное и групповое свойство и т.д. Исследователи также говорят о культуре доверия, нередко доверие понимается как компетенция субъекта. В определенных условиях можно рассматривать доверие или недоверие как общественное и групповое настроение, климат, социальную ситуацию и социальную проблему. Единства нет не только в научной мысли, но и в обыденных представлениях о доверии. В исследовании А.Л. Журавлева и В.А. Сумароковой было установлено, что в имплицитных представлениях современных российских предпринимателей существуют следующие типы понимания доверия: как отношения (оценки), как процесса передачи значимого, как реального поведения, как группового состояния [14].

Согласно одному из наиболее распространенных подходов, доверие определяется в терминах когнитивных процессов. Понимаемое таким образом доверие есть осознание человеком собственной уязвимости или риска, возникающих в результате неопределенности мотивов, намерений и ожидаемых действий людей, от которых он зависит (Д. Левис и А. Вейгерт, С. Робинсон). Р. Левицки, Д. Мак-Алистер и Р. Бис отмечают, что в рамках теории социальных выборов можно выделить две противоположных модели доверия [57]. Одна, истоки которой обнаруживаются в социологической (Дж. Колеман), экономической (О. Уильямсон) и политической (Р. Хардин) теории, объясняет доверие в относительно рациональных, расчетливых терминах. В этой связи Х. Шрадер отмечает, что традиция рассмотрения доверия как результата рационального выбора и расчета полезностей является наиболее распространенной в теории принятия решений и теории игр [37]. Другая модель больше склоняется к социальным и психологическим основам выбора в затруднительных ситуациях (М. Дойч).

Особое место в понимании основ доверия занимают теории общественного и социального обмена. Однако и здесь существуют два принципиально различных взгляда на природу возникновения этого

феномена. Согласно первому из них, доверие является результатом кооперации сторон и основано на взаимном ожидании эквивалентного обмена (Л. Мум и К. Кук, Л. Молм, Н. Такаши и Г. Петерсон и др.). Этому виду социального обмена противостоит так называемый всеобщий (генерализированный) обмен, в его случае реципрокность носит обобщенный характер, т.е. не относится непосредственно к двум взаимодействующим партнерам (А. Селигмен, Н. Такаши, Н. Такаши и Т. Ямагиши, Ф. Фукуяма).

В традициях эпигенетического подхода Э. Эриксона многие авторы рассматривают доверие человека к миру как базовую социальную установку личности. Доверие и недоверие являются фундаментальными установками, которые определяют дальнейшее развитие всех других видов отношений личности к миру, себе и другим (В.П. Зинченко, Р. Левицки, Д. Мак-Алистер и Р. Бис, Т.П. Скрипкина и др.). Б.Ф. Поршнев называл доверие исходным психологическим отношением между людьми. И.В. Антоненко понимает доверие как метаотношение, указывая, что «метаотношение формируется как обобщение опыта взаимодействия, но с момента, когда оно сформировалось, начинает играть роль детерминирующего фактора поведения, деятельности, других отношений» [2, с. 196]. «Основные особенности метаотношения и доверия как метаотношения — обобщение и сокращение других отношений, отсутствие специфической потребности, фоновый характер для других отношений, наличие потенциала предвидения, детерминация других отношений» [2, с. 196].

Другие авторы понимают доверие как общее отношение или ожидание от окружающих людей, общественных систем, социального порядка (Б. Барбер, Х. Гарфинкел, Н. Луманн и др.). Согласно Н. Луману, доверие часто рассматривается как механизм, способствующий сокращению ненадежности и риска в сложном жизненном мире [59]. Позитивные ожидания являются основным элементом многих подходов к пониманию сущности доверия (Р. Левицки, Д. Мак-Алистер и Р. Бис, Д. Руссо и С. Ситкин, Г. Хоманс, Л. Хосмер и др.). Л. Хосмер определяет доверие как оптимистическое ожидание человека, группы или фирмы в условиях уязвимости и зависимости от другого человека, группы или фирмы в ситуации совместной деятельности или обмена с целью облегчения взаимодействия, ведущего к обоюдной выгоде.

Многие современные исследователи справедливо утверждают, что доверие нужно понимать как более сложное, многомерное психологическое явление, включающее эмоциональные и мотивационные компоненты (П. Бромилей и Л. Камингз, Р. Крамер, Д. Левис и

А. Вейгерт, Д. Мак-Алистер, Т. Тайлер и П. Дегой). Как отметили Г. Файн и Л. Холифилд, когнитивные модели доверия отражают необходимое, но недостаточное представление о доверии. Они полагают, что доверие включает в себя также аспекты «культурных значений, эмоциональных реакций и социальных отношений ... Необходимо не только осознавать доверие, но и чувствовать его» [52, с. 25]. Эта позиция, которую разделяют и многие социологи (Г. Зиммель, А. Гидденс), наиболее близка к социально-психологическому пониманию доверия как психологического отношения, включающего когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты.

В ряде подходов акцентируется внимание на этическом аспекте доверия. В философской традиции доверие часто рассматривается как нравственное понятие, выражающее такое отношение одной личности к другой, которое исходит из убежденности в ее добропорядочности, верности, ответственности, честности, правдивости (Б.А. Рутковский, Я. Янчев). В психологических исследованиях это подход разделяют Дж. Рэмпел и Дж. Холмс, П. Ринг и А. Ван де Вен, Дж. Батлер и др. Порядочность в доверительных отношениях подчеркивают Дж. Брэдек и Р.Г. Эклс, П. Бромили и Л. Камингс.

В контексте проблемы социально-психологического внушения (В.М. Бехтерев, Б.Ф. Поршнева, К.К. Платонов, В.С. Кравков, В.Н. Куликов, А.С. Новоселова) доверие понимается как предрасположенность к внушению и зависимости от другого человека. Как форма личностной зависимости рассматривается доверие и некоторыми зарубежными авторами (Б. Барбер, Д. Занд, Д. Гамбетта и др.). В процессе исследования закономерностей социально-психологического внушения была эмпирически выявлена особая форма психологической защиты, которая противостоит нежелательным для личности внушениям — контрсуггестия (недоверие) (В.Н. Куликов). В ходе экспериментальных исследований было установлено, что личность контрсуггестивна прежде всего к тем внушениям, которые расходятся с ее взглядами и убеждениями. Таким образом, сходство или различие ценностных ориентаций — одно из условий возникновения доверия или недоверия. На основании этого можно высказать предположение, что доверие и недоверие имеют ценностно-смысловую основу.

Несмотря на то, что имеется целый ряд исследований, посвященных соотношению доверия и недоверия, факторам возникновения и условиям их одновременного сосуществования, недоверие по-прежнему понимается в содержательном плане как противоположное доверию (М. Дойч, Г. Меллингер, Р. Левицки, Д. Мак-Алистер и Р. Бис, Н. Луманн, Р. Крамер и др.). Его понимают как контрсуг-



гестию (Б.Ф. Поршнев, В.Н. Куликов и др.), негативные ожидания (И.В. Антоненко, Р. Левицки, Д. Мак-Алистер и Р. Бис, В.Н. Минина и др.) и т.п. В главе 2 мы постараемся выявить особенности основных факторов, критериев формирования, социально-психологических функций доверия и недоверия, стремясь таким образом содержательно-развести эти феномены.

Понимание сущности доверия и недоверия тесно связано с проблемой их **места в системе понятий**. Наиболее часто исследователи останавливаются на соотношении доверия с такими феноменами, как: вера, доверчивость (личностное свойство), доверительность (характеристика отношений и общения), уверенность, расчет (И.В. Антоненко, В.С. Сафонов, Т.П. Скрипкина, А. Селигмен, Т. Ямагиши и М. Ямагиши, Р. Левицки и др.). Этот анализ, дополненный соотношением доверия и недоверия с рядом других более общих феноменов (психологическая дистанция, социально-психологическое пространство и самоопределение), представлен ниже в специальном параграфе, как и анализ различных **видов, типов и форм доверия и недоверия**. Можно выделить ряд работ, авторы которых анализируют специфические виды доверия, выделенные по различным основаниям [10, 27, 28, 39, 57]. Особое место в их ряду занимают проводимые Т.П. Скрипкиной и ее учениками исследования доверия личности к себе. Отдельный параграф также будет посвящен еще одной важной проблеме — **социально-психологическим функциям доверия и недоверия**. Несмотря на то, что функции доверия рассматриваются во многих современных психологических, социологических и экономических работах (И.В. Антоненко, В.П. Зинченко, Д.М. Данкин, В.С. Сафонов, Т.П. Скрипкина, Ю.В. Веселов, Э. Эриксон и др.), их социально-психологический анализ далеко не завершен, в частности, не проведено разграничение функций доверия и недоверия как относительно независимых феноменов.

Практически все исследователи обращаются к рассмотрению **последствий и эффектов доверия и недоверия**. Анализируя зарубежные исследования Р. Левицки, Д. Мак-Алистер и Р. Бис отмечают, что ученые воспринимают доверие как важное условие здоровья личности (Э. Эриксон и др.), как основание межличностных отношений (Дж. Ремпел, Дж. Холмс и М. Занна и др.), как основание взаимодействия (П. Блау и др.), как базис стабильности социальных институтов и рынков (О. Вильямсон, Л. Цукер и др.) [57]. В последние годы возрос поток работ, рассматривающих доверие как результирующий показатель качества внутриорганизационных отношений (Р. Крамер, Р. Майер, Дж. Дэйвис и Ф. Шурман, С. Ситкин и Н. Рос, Л. Хосмер

и др.). Авторы подчеркивают неопределенность, комплексность, и изменчивость сегодняшнего быстро развивающегося глобального экономического окружения и стратегическое влияние доверительных и недоверительных отношений на конкурентоспособность (Р. Д'Авени, Г. Хамел и С. Прахалад и др.). Доверие повышает такие показатели конкурентоспособности, как скорость (С. Эйзенхард и Б. Табризи) и качество координированных действий в стратегических инициативах (В. Шнайдер и Д. Боуен), направленных, например, на разработку новых продуктов, улучшение качества потребительских сервисов, товаров и услуг. Современные конкурентные вызовы к организационному росту, глобализации и расширению стратегических альянсов определяют высокую значимость способности эффективно развивать стратегические партнерства среди соперников (Г. Хамел и С. Прахалад), создавать межкультурные/межъязыковые альянсы (Т. Кокс и Р. Танг), а также формировать доверительные отношения в кросс-функциональных командах, временных группах и других видах искусственно созданных партнерств (Б. Шеппард).

В качестве современной тенденции понимания последствий и эффектов доверия и недоверия следует отметить следующее. На смену однозначным оценкам высокого доверия как позитивного фактора эффективности совместной жизнедеятельности, а недоверия — как негативного приходит анализ неоднозначного влияния этих феноменов на успешность взаимодействия. Все больше работ посвящено позитивному влиянию умеренного недоверия и нежелательным последствиям чрезмерно высокого доверия (Р. Крамер, К. Кук, Р. Хардин и М. Леви, Р. Левицкий, Д. Мак-Алистер и Р. Бис и др.). Анализу этой проблемы мы уделим особое внимание в главах 2 и 6.

Эффективность доверительного и недоверительного взаимодействия рассматривается также в контексте проблемы **взаимосвязи доверия и недоверия с различными феноменами жизнедеятельности личности и группы**. В их ряду наиболее часто предметом исследований становились дружба, общение, сотрудничество, солидарность, социальный капитал и др. Особенности доверия в разных видах *дружеских отношений* посвящены работы А. Селигмена, Дж. Ремпела, Дж. Холмса и М. Занны, Р. Чалдини, Д. Кенрика и С. Нейберга и др. Исследования взаимосвязи доверия с *сотрудничеством* М. Дойча как и более поздние исследования Т. Ямагиши показали, что те, кто высоко доверяет другим, через некоторое время сами показывают высокую степень сотрудничества по сравнению с теми, кто испытывает низкое доверие к другим. Доверие и недоверие выступали центральными темами исследований *управления переговорами*

*и конфликтами* (М. Дойч, Р. Левицкий и М. Стивенсон). Общая идея многочисленных социологических исследований заключается в том, что доверие есть базисный элемент *социального капитала* (Д. Гамбетта, А. Ковэлайнен, С.М. Кониордос, Дж. Коулман, Р. Путнам, Дж. Саливан и Дж. Трэнсуэ, Г. Фаррелл, Ф. Фукуяма, Х. Шрадер и др.). В последние годы этим явлением заинтересовались российские исследователи — экономисты, социологи и социальные психологи (И.Е. Дискин, В.В. Радаев, Т.П. Скрипкина, Л.В. Стрельникова, П.Н. Шихирев и др.). Недавнее исследование Ф. Вельтера, Т. Кауто-нена, А. Чепуренко и Е. Мальевой посвящено влиянию различных видов доверия на структуры межфирменных отношений и на управление социальными межфирменными сетями в секторе малого предпринимательства в Германии и России [5]. На наш взгляд, особая значимость концепции социального капитала состоит именно в том, что она рассматривает нравственно-психологические феномены (доверие, поддержку, надежность, взаимопомощь, терпимость, отношение к соблюдению норм и т.д.) как экономические ресурсы. Близкой проблемой занимаются исследователи доверия как фактора благоприятной *репутации, эффективного имиджа* и т.д. (Ф. Буари). Одновременно изучается репутация участников взаимодействия в качестве одного из условий, способствующих возникновению доверия (Б. Лано, Е. Чанг, Ф. Хусейн и Т. Диллон, Р. Шо и др.). Доверие рассматривается также как одно из слагаемых *авторитета* — особого вида ценностного отношения (В.К. Калинин). Доверие в *статусных межличностных отношениях* изучал И.В. Балущкий.

Высоко актуальной является проблема **динамики феноменов доверия и недоверия** (в том числе в онтогенезе и филогенезе). Предметом ряда социологических и психологических исследований, большей частью теоретических, являются *детерминанты и этапы формирования или разрушения доверия/недоверия*. Один из наиболее интересных разделов книги А. Селигмена посвящен *эволюции доверия на протяжении истории человечества*. Сходные идеи высказывали также и отечественные психологи, в частности, Б.Ф. Поршнев. Ряд исследований посвящен *динамике общественного доверия* в различных странах (Т. Ямагиши и М. Ямагиши, П. Штомпка, Ю.В. Веселов, Е.В. Капусткина и др.). Как показывают эти исследования, изменения культуры доверия в отдельных обществах могут проходить скачкообразно. Так, анализируя динамику доверия на постсоветском пространстве, П. Штомпка выделяет два последовательно существовавших феномена [38]. Первый феномен, названный «экстернализацией» доверия, состоит в том, что объектом доверия становятся «внешние»

объекты, например, импортные товары, технологии, специалисты и т.д. Второй феномен — «интернационализация» характеризует противоположный процесс и обозначает приписывание позитивных качеств, обеспечивающих высокое доверие только «своим» (социально близким, отечественным) объектам.

Анализируя *динамику межличностного доверия*, П. Штомпка выделяет первичный и вторичный уровни этого феномена [75, с. 17<sup>9</sup>—<sup>99</sup>]. Изначально доверие к человеку формируется на основе первичного импульса доверия. Определяющее значение на этом этапе принадлежит характеристикам внешности и поведения, в том числе статусным и социально-ролевым. В дальнейшем «подключаются» такие факторы, как репутация, отзывы других и рекомендации. Первичный импульс доверия зависит также от социальных представлений, установок, стереотипов и предубеждений в отношении различных социальных групп. Вторичный уровень в структуре доверия зависит от контекстуальных и ситуативных факторов, которые способствуют или препятствуют доверию. Важными факторами являются также полнота и доступность информации об участниках взаимодействия, например, ясный и четкий статус другого человека, прозрачность структуры и деятельности организации. П. Штомпка отмечает, что следующий (третичный) уровень в структуре доверия уже будет строиться не на впечатлениях или импульсах, а на рациональной оценке действий индивида, оправдывающего или не оправдывающего доверие [75].

Изучая *динамику организационного доверия* Г. Файн и Л. Холифилд проводили исследования вхождения новых членов в культуру доверия организации [52]. Особая роль в этом отводится опытным сотрудникам, которые обучают новичков чувству ответственности. Другой способ формирования доверия состоит в воздействии стимулирующих доверие правил. Дж. Марч и Дж. Олсен отмечают, что в этом случае организация действует, подобно «помощнику режиссера», делая «подсказки, которые вызывают идентичность в определенных ситуациях» [60, с. 72]. Г. Миллер предлагает пример самоукрепляющейся динамики социально созданного доверия в организации. При обсуждении основ сотрудничества в компании «Хьюлет-Паккард», он отмечает, что оно поддерживается политикой «открытых дверей» для сотрудников, которая не только допускает инженеров ко всему оборудованию в лабораториях, но и одобряет, если они берут его домой для личного пользования [61, с. 197].

Предметом ряда эмпирических исследований отечественных психологов выступает *доверие на разных стадиях онтогенеза и развития*

*субъектности*. Доверие к себе как внутрилличностное образование старших подростков является предметом исследования О.В. Голубь. Особенности взросления при разных моделях доверительных отношений у подростков изучала А.А. Чернова. Доверительные отношения личности как детерминанту восприятия индивидуальности анализирует С.И. Достовалов. Исследование Е.П. Крищенко посвящено доверию к себе как условию становления субъектности на этапе перехода из школы в вуз.

Многие положения, сформулированные в теоретических работах, были подтверждены в рамках **прикладных исследований доверия и недоверия**. В их ряду можно выделить несколько хорошо оформившихся направлений исследований. Первое из них — экономико-психологическое. Эмпирические исследования А.Л. Журавлева и В.А. Сумароковой, В.П. Познякова посвящены анализу доверия современных российских предпринимателей различным видам организаций и деловых партнеров. Доверие в коммерческой деятельности и деловых отношениях изучали Г.А. Агуреева, И.А. Антоненко, А.Я. Кибанов, Т.А. Нестик, А.В. Филиппов и В.А. Денисов, П.Н. Шихирев и др. Как показывает анализ, работы социальных и экономических психологов тесно переплетаются с проблематикой и методами исследований экономистов и социологов (Ю.В. Веселов, А.К. Ляско, Е.В. Капусткина, Б.З. Мильнер, В.В. Радаев, М.В. Синютин и др.). В частности, Б.З. Мильнером изучается роль доверия в социально-экономических преобразованиях в обществе. Ряд исследований посвящен формированию доверия в массовом инвестиционном поведении (В.А. Дулич, О.Е. Кузина, Р.Б. Перкинс и др.), а также доверию населения к российской банковской системе (Н. Ермакова, Д.А. Литвинов и др.).

Сходная проблематика характерна и для зарубежной экономической психологии (Дж. Кокс, Д. Коэн, Дж. Пикслей, Т. Чайлс и Дж. Мак-Маклин и др.). В то же время, западными исследователями большое внимание уделяется экспериментальному изучению доверия и недоверия с применением так называемых инвестиционных или доверительных деловых игр (С. Баркс, Дж. Карпентер и Е. Верхуген, Н. Бачан, Е. Джонсон и Р. Кросон, Дж. Берг, Р. Бойль и Р. Бонасич, Ф. Болл и Д. Кэхлер, Р. Кросон и Н. Бачан, М. Виллингер с соавт., Дж. Дикхаут и К. Мак-Каб и др.). Еще одно признанное направление — анализ доверия потребителей (С. Гудвин, Р. Морган и С. Хант, Е. Фоксман и П. Килкойн и др.). В связи с развитием Интернет-торговли и электронных баз данных потенциальных потребителей высокую актуальность приобретают проблемы доверия и конфи-

денциальности информации в этой сфере (Е. Кадилл и П. Мэрфи, П. Лунт, Г. Милн, А. Нотеберг с соавт., Н. Оливеро, Ф. Тэн и др.). Высоко развитым направлением является исследование доверия/недоверия потребителей медицинских услуг — доверие/недоверие пациентов медицинскому персоналу и лечебным учреждениям (Дж. Бэрифут и К. Майнард, Г. Вашингтон, Дж. Вэлкер и соавт, К. Вэлстон и соавт., Д. Гибсон, К. Гифид, Дж. Джонс, А. Као с соавт., Д. Механик, Л. Ньюкомер, Р. Нортхаус, Д. Том с соавт. и др.). В последние годы российские психологи также обращаются к этой теме (И.В. Изюмова, Д.Р. Сагитова и др.). Доверие рекламе также является одной из востребованных и социально значимых тем экономической психологии. Ее анализ проведен в главе 5 настоящей монографии. Наиболее развитым на сегодняшний день направлением в зарубежной психологии является организационное доверие, на анализе состояния исследований которого мы остановимся подробнее ниже, а также в главе 6.

В качестве отдельного научного направления можно выделить изучение доверия как компонента политического и общественного сознания (В.Е. Бодюль, И.К. Владыкина и С.Н. Плесовских, В.П. Горяинов, Д.М. Данкин, В.Н. Дахин, К.Ф. Завершинский, Г.Л. Кертман, А.В. Комина, Ю.Н. Копылова, Ю.В. Левада, Н.Н. Лобанов, Д.У. Ловелл, В.Н. Лукин, Б.З. Мильнер, В.Н. Минина, В.А. Мирошниченко, Т.М. Мозговая, Д.В. Ольшанский, Т.П. Скрипкина, Г.У. Солдатова, Н.Ю. Тишкова, Н.Н. Ямко и др.). В частности, проблеме политического доверия в международных отношениях посвящены труды Д.М. Данкина. Предметом анализа Ю.Н. Копыловой является доверие населения как фактор повышения социального статуса органов государственной власти. В исследовании А.В. Коминой анализируются авторитет, ответственность, доверие как императивы власти. Факторы недоверия институтам государственной власти и управления исследовала В.Н. Минина. Доверие и недоверие как общественную и социальную проблему рассматривают Т. Говир, Ю.В. Левада, Т.А. Праворотова, А.Б. Рузанов и др. Проблеме политического и общественного доверия посвящены также зарубежные исследования (П. Браун, Д. Левис и А. Вейгерт, Дж. Капелла и К. Джемисон, Д. Карневейл, С. Митчелл, С. Паркс и С. Коморита, А. Селигмен, Ф. Фукуяма, М. Хезирингтон, Р. Эбрамсон и др.).

Формирование доверия в детских коллективах и в системе учитель-ученик является предметом исследований В.А. Бормотовой, Н.Е. Гульчевской, В.А. Дорофеева, С.Г. Достовалова, А.А. Кокуева, О.В. Марковой, А.В. Сидоренкова, Т.П. Скрипкиной, Г.В. Тигунцевой

и др. А.В. Роженко изучала особенности эмоциональной, социальной и личностной адаптации к школе детей с депривацией доверительных отношений, а Т.П. Скрипкина и А.В. Полина — особенности психического развития дошкольников с депривацией доверия.

Актуальной в современных условиях проблемы доверия как фактора повышения адаптационных возможностей в экстремальных ситуациях посвящено исследование О.Г. Фатхи. Кризис доверия как причину дезадаптации старшекласников-мигрантов анализируют в своей работе И.С. Ломаковская и Т.П. Скрипкина. В.И. Лебедев исследовал психологию изолированных групп и динамику отношений в них, в том числе в экстремальных условиях. Доверие к руководителю и доверие/недоверие к членам коллектива особо значимы для таких групп.

В настоящее время востребованными на практике являются исследования доверия в психотерапии и психологическом консультировании (В.В. Козлов, Р. Кочюнас, А.Н. Моховиков, Г.Н. Раковская, А.В. Скворцов, Н.Г. Устинова, С. Файн, С.Д. Хачатурян и др.). Особенностью многих современных прикладных работ, за исключением исследований межличностного и организационного доверия/недоверия заключается в том, что чаще всего оценивается только уровень доверия или недоверия (высокий или низкий) и, соответственно, не анализируется структура этих отношений.

Можно также сказать, что независимо от сферы приложения исследований их основным предметом являются **условия и факторы доверия и недоверия**. Эти факторы специфичны для различных уровней и видов доверия. Согласно модели, которую предложили Д. Макнайт, Л. Куммингс и Н. Червани, первоначальное *доверие личности* формируется под влиянием следующих факторов: 1) личностных: существования предрасположенности к доверию, готовности доверять (**disposition to trust**) **у кого-то из участников взаимодействия**; 2) институциональных: «институционального» доверия (**institution based trust**); 3) **когнитивных: процессов категоризации** и иллюзий контроля [22, 73]. Многие исследователи отмечают особую значимость следующих групп факторов: специфика и значимость ситуации взаимодействия, характеристики объекта доверия, личностные особенности субъекта доверия (И.В. Антоненко, А.И. Донцов, В.С. Сафонов, Р. Хардин и др.). Среди личностных факторов, оказывающих влияние на готовность доверять, наиболее изученными являются общая установка на доверие другим людям и миру, а также уровень субъективного контроля (Д. Макнайт, Л. Куммингс и Н. Червани, К. Паркс и Л. Халберт, Дж. Роттер, М. Розенберг

и др.). Общительность личности наряду с другими личностными детерминантами доверия исследовала Л.А. Журавлева [15]. Ею было установлено, что общий уровень доверия положительно коррелирует со стеничностью, осмысленностью, предметностью, субъектностью, социоцентричностью, эгоцентричностью, личностно-значимыми целями. Отрицательные связи выявлены между высоким уровнем доверия и операциональными трудностями в общении.

Исследования по развитию доверия показали, что восприятие людьми надежности других и их желания вступать в доверительные отношения большей частью зависят от имеющегося опыта взаимодействия (С. Бун и Дж. Холмс, М. Дойч, С. Линдсколд, М. Пилисук и П. Сколник, Л. Соломон и др.). Предыстория взаимодействия дает информацию, позволяющую оценивать установки, намерения и мотивы других людей. Эта информация создает основу для умозаключения по поводу надежности партнера и для планирования поведения (Р. Бойль и П. Бонасич, Р. Левицки и В. Банкер, Д. Шапиро, Б. Шепард и др.). Множество исследований подтвердили, что взаимность в отношениях увеличивает доверие, в то время как ее отсутствие или нарушение ослабляет доверие (М. Дойч, С. Линдсколд, М. Пилисук, М. Пилисук и П. Сколник и др.).

Существуют специальные исследования, посвященные разнообразным факторам, которые *подрывают доверие, увеличивают недоверие и подозрение в современных организациях*, включая диспозиционные и ситуативные факторы (П. Браун, П. Зимбардо, С. Инско и Дж. Шоплер, Д. Карнвейл, Р. Крамер и Р. Тайлер, Р. Крамер и К. Кук, Дж. Най, Дж. Пфедфер, Г. Файн и Л. Холифилд, А. Фенигштайн и П. Винейбл и др.). Многие ученые отмечают, что доверие легче разрушить, чем создать (Б. Барбер, Р. Джанофф-Булман, Д. Меерсон). Хрупкость доверия аргументируется существованием ряда когнитивных факторов, которые определяют *асимметрию процессов создания и разрушения доверия* (П. Словик). Во-первых, отрицательные (разрушающие доверие) события больше заметны, чем позитивные (создающие доверие). Во-вторых, события по разрушению доверия приобретают больший вес в суждениях. Для подтверждения асимметричного принципа П. Словик оценивал воздействие гипотетических событий на доверительные суждения людей [71]. Он обнаружил, что отрицательные события имеют большее влияние на доверие, чем позитивные события. Асимметрия между доверием и недоверием может быть укреплена тем, что источники плохих новостей (разрушающие доверие) воспринимаются как более правдоподобные, чем источники хороших новостей [71].



В дополнение к когнитивным факторам, исследователи интересуются организационными факторами, способствующими проявлению асимметрии в суждениях относительно доверия и недоверия. Р. Барт и М. Кнез изучали, как позиция в структуре организации и социальная динамика влияет на оценку доверия и недоверия [46]. В том же исследовании менеджеров в фирме высоких технологий они выявляли влияние третьих сторон на распространение недоверия. Было установлено, что это влияние особенно значимо в отношении недоверия. В объяснении таких явлений Р. Барт и М. Кнез утверждают, что третьи стороны более восприимчивы к отрицательной информации и часто предрасположены к отрицательным слухам. Соответственно косвенные связи увеличивают недоверие, связанное со «слабыми» отношениями больше, чем увеличивают доверие среди «сильных» отношений [46]. Р. Крамер отмечает, что эмпирические результаты этих исследований согласуются с точками зрения таких теоретиков, как Р. Хардин и Д. Гамбетта [55].

Спектр факторов, влияющих на *доверие/недоверие в обществе*, по мнению П. Штомпки, включает также группу структурных факторов [74]. К ним относятся: определенность норм, которая порождает доверие, и нормативный хаос (аномия), который порождает недоверие; прозрачность социальной организации, приводящая к распространению доверия, и непрозрачность, секретность деятельности, приводящие к распространению недоверия; стабильность социального порядка, укрепляющая доверие, и изменчивость социального порядка, непредсказуемость изменений, укрепляющие недоверие; подотчетность власти, определяющая доверие ей, и произвольность, безответственность власти, определяющая недоверие ей; узаконивание прав и обязанностей, следование установленным правилам игры, которые воспроизводят доверие, и отсутствие установленных правил игры, беспомощность, которые воспроизводят недоверие; строгое соблюдение принятых на себя обязательств и обязанностей, которые вызывают чувство доверия, и необязательность, вседозволенность, которые вызывают чувство недоверия; признание и охрана достоинства, неприкосновенности и автономности каждого члена общества [74]. В свою очередь, В.Н. Минаева выявила следующие основные факторы, которые способствуют распространению и укреплению недоверия в нашем обществе: неопределенность, двусмысленность правил взаимодействия рыночных агентов, устанавливаемых государством; распространение коррупции в системе государственного управления; неразвитость демократических институтов в системе государственного управления; противоречие между формальной и неформальной структурами отно-

шений, исторически сложившихся в системе государственного управления [19, с. 15<sup>9</sup>—<sup>961</sup>]. Эти исследования демонстрируют значимость институциональных регуляторов доверия/недоверия, в частности, особую роль формально-динамических (структурных) характеристик социальных отношений, определяющих атмосферу и культуру доверия/недоверия в современном российском обществе.

Отдельный пласт исследований, органически связанный со всеми перечисленными направлениями, образуют **методические работы**, посвященные разработке подходов, инструментов и приемов оценки доверия. Их анализ представлен в параграфе 4.1 главы 4. Следует отметить, что важнейшей задачей этого направления выступает выделение параметров, позволяющих количественно оценить различные характеристики доверия/недоверия личности и группы, а также доверия/недоверия между индивидуальными или групповыми субъектами.

Некоторые из перечисленных выше научных проблем особо важны в контексте нашего исследования, поэтому на них необходимо остановиться подробнее.

## 1.2. Соотношение доверия и близких феноменов

---

Анализ места доверия в системе понятий чаще всего ограничивается однокоренными и близкими по смыслу, а именно, феноменами доверчивости, доверительности, веры и уверенности. Многие авторы, отмечают несомненную смысловую близость понятий **доверие и вера**. В русском языке они близки также этимологически. Как считает Т.П. Скрипкина, определения понятий «вера» и «доверие», приводимые в толковых и даже философских словарях, не позволяют четко разграничить их смысл [28, с. 54]. С.Л. Франкл отмечал, что «вера – это убеждения, истинность которых не может быть доказана с неопровержимой убежденностью» [30, с. 222]. Также и по мнению В.Г. Галушко «вера в нерелигиозном смысле означает субъективную уверенность при отсутствии объективных оснований для ее оправдания, т.е. без возможности удостовериться в ее истинности [9, с. 141]. Проводя анализ соотношения доверия с близкими понятиями, М.В. Синютин отмечает, что «вера, как более возвышенное моральное благо, чем доверие, не нуждается в постоянном практическом подтверждении и требует более сильную человеческую волю. А доверие утилитарнее по своей природе и более чувствительно к взаимности отношений» [26, с. 143]. На основании работ М. Бубера [4] Т.П. Скрипкина делает заключение о том, что «в основе веры лежит *акт*

*принятия*, в основе доверия — *специфическое состояние* (или переживание), связанное с отношением, возникающим при взаимодействии (соприкосновении) субъекта и объекта... Подлинная вера, основанная на акте принятия, не нуждается в опытной проверке (верю и все)» [28, с. 70]. По мнению Т.П. Скрипкиной, в отличие от веры важнейшая функция доверия — это соотнесение субъективного и объективного [28, с. 74].

Еще одну близкую по смыслу пару образуют **доверие и уверенность**. Их соотношению уделяли внимание И.В. Антоненко, А. Селигмен, Т.П. Скрипкина и др. Социально-психологическую характеристику личности «уверенность в себе» и ее соотношение с доверием изучал В.Г. Ромек. Он отмечает, что результаты многочисленных исследований привели авторов к выводу о том, что уверенность является предпосылкой и составной частью социальной компетентности [23]. Т.П. Скрипкина предполагает, что «доверие к себе является обобщенным внутриличностным коррелятом уверенного поведения» [28, с. 31]. А. Селигмен считает, что в отличие от доверия уверенность есть результат взаимоподкрепляемых ожиданий [25, с. 59]. По нашему мнению, уверенность также может быть следствием особенностей ситуации, например, иметь место в условиях низкой неопределенности.

Существует еще ряд близких к доверию феноменов. Так, исследователи психологического направления сходятся на том, что доверие нельзя путать с **расчетом**, который строится на объективной информации, предполагающей возможность контролировать ситуацию и снижающей неопределенность и уязвимость. Кроме того, доверие и **контроль** — разные, но взаимодействующие процессы, отмечают Т. Дас и Б.-С. Тенг [22, 73]. И, наконец, многие авторы (Л. Хосмер, Д. Занд и др.) сходятся в том, что доверие следует отделять от **наивности, альтруизма** и т.д.

Большинство из рассмотренных понятий, близких к доверию, можно расположить в пространстве двух факторов, описывающих ситуацию взаимодействия партнеров: возможность контроля и наличие неопределенности. Это позволяет графически отобразить место доверия в системе наиболее близких к нему понятий: веры, расчета, контроля и уверенности (рисунок 1).

Представленная модель не включает многие другие факторы социальной ситуации, влияющие на формирование доверия. По мнению большинства исследователей, для возникновения доверия необходимы следующие обстоятельства (обязательные условия):

- 1) наличие значимой ситуации, характеризующейся неопреде-

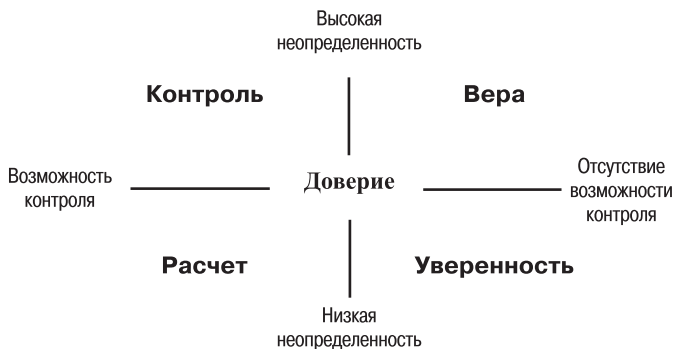


Рис. 1. Доверие в системе других понятий

- ленностью или связанной с риском;
- 2) оптимистическое ожидание субъекта относительно исхода события;
- 3) уязвимость субъекта и зависимость его от поведения других участников взаимодействия;
- 4) добровольность взаимодействия;
- 5) отсутствие контроля.

В контексте данного исследования важно, что *большинство перечисленных условий доверия также являются и условиями возникновения недоверия*. Поскольку недоверие так же, как и доверие, возникает в ситуации неопределенности, уязвимости, отсутствия контроля. Ниже в главе 2 мы остановимся более подробно на анализе условий формирования доверия и недоверия.

Следует также отметить, что вера, расчет, контроль и уверенность — явления, которые в определенных условиях заменяют подлинное доверие. Можно предположить, что они также предшествуют формированию подлинного доверия на начальном этапе взаимодействия. По какому пути пойдет личность в ситуации, когда доверие еще не сформировано: по пути веры, основанной на эмоциональном принятии, или по пути трезвого расчета и контроля — зависит от множества факторов. В частности, это во многом зависит от индивидуально-психологических и социально-психологических свойств личности, от особенностей ситуации (например, ее значимости) и, конечно, от характеристик партнера по взаимодействию.

Не менее важной по сравнению с задачей разграничения синонимичных понятий является задача анализа места доверия и недоверия

в системе *более общих социально-психологических феноменов*. Интерес представляет выделение и анализ явлений, по отношению к которым доверие может выступать одним из структурных компонентов (составной частью), основополагающим критерием (необходимым условием возникновения), производной (одним из измерений) и т.д. К таким феноменам относятся, в частности, *отношение к миру, себе, другим людям; социально-психологическая дистанция; социально-психологическое пространство; самоопределение субъекта и др.*

В главе 3 монографии, посвященной анализу доверия как одного из критериев **социально-психологической дистанции**, проведен анализ структуры психологической дистанции, дано ее определение и выявлены особенности доверия личности представителям различных социальных категорий. Эти исследования подтверждают предположение о том, что доверие выступает одним из наиболее *значимых критериев категоризации социального окружения по величине психологической дистанции*. Полученные данные, однако, указывают на то, что в отношении психологически равнодистантных категорий людей, относящихся к различным сферам жизнедеятельности личности, могут быть значимы разные основания доверия. Для исследования этих нюансов доверия наиболее перспективным конструктом является социально-психологическое пространство [13]. В общем виде **социально-психологическое пространство** человека есть сформированная субъектом система позитивно или негативно значимых социальных объектов или явлений (включая его самого), занимающих конкретные позиции в структуре, находящихся в определенных связях друг с другом и выполняющих специфические функции или роли в соответствии с некоторыми нормами, правилами, стандартами и закономерностями. Значимые социальные объекты или явления могут как существовать, так и не существовать в реальном окружающем мире, могут восприниматься разными людьми принципиально различным образом и выполнять в их жизни совершенно особые функции. В главе 3 (параграф 3.2) изложено авторское представление о видах и структуре психологического пространства и о соотношении феноменов «психологическая дистанция» и «психологическое пространство».

Мы предполагаем, что *одним из основных измерений социально-психологического пространства, критерием психологической близости или удаленности его элементов, а также детерминантой других составляющих отношения субъекта к значимым объектам выступают доверие и недоверие*. Например, доверие и /или недоверие могут вызывать не только определенные люди или группы, но также сферы

жизнедеятельности и системы ценностей. В то же время отсутствие доверия к одному из них может свидетельствовать о стремлении личности сменить свое окружение, вид деятельности и жизненные цели. По сути, в доверии или недоверии *проявляется направленность субъекта на сохранение или изменение существующей структуры социально-психологического пространства*. Доверие является показателем и критерием взаимоотношений различных элементов социально-психологического пространства между собой. Особенности этих взаимоотношений также могут послужить причиной изменения социально-психологического пространства субъекта. Например, если два объекта проявляют высокое доверие и антагонизм друг по отношению к другу, субъект может быть вынужден пожертвовать своими отношениями с одним из них. Однако возможны и обратные процессы — потребность в сохранении позиции объекта и стабильности социально-психологического пространства в целом обуславливает необоснованно высокие оценки доверия представителям ближайшего социального окружения и заниженные оценки доверия «чужакам». Доверие и недоверие могут выступать детерминантами других составляющих отношения субъекта к значимым объектам. Например, оказывать влияние на формально-динамическую составляющую этого отношения и на содержательные элементы отношения, также выступающие измерениями социально-психологического пространства (уважение, взаимная ответственность и т.д.). Т.е. *отдельные измерения социально-психологического пространства в определенной степени взаимосвязаны и взаимозависимы, а одними из ключевых измерений, в наибольшей степени взаимосвязанных с другими, являются доверие и недоверие*.

Таким образом, доверие и недоверие к определенным людям, группам, сферам жизни, системам ценностей, нормам, идеям и т.д. выражает не только текущее состояние отношений с этими объектами, но и направленность субъекта на интенсификацию, углубление отношений, сближение с ними или, напротив, на дистанцирование, избегание, уничтожение. В то же время отсутствие доверия к одному из них может свидетельствовать о намерении личности сменить свое окружение, вид деятельности или жизненные цели. По сути, в доверии или недоверии проявляется направленность субъекта *на сохранение или изменение существующей структуры социально-психологического пространства*. По нашему глубокому убеждению, доверие и недоверие часто выступают выражением определенного отношения субъекта к миру, человечеству, окружающей социальной среде, отдельным группам или людям, а также выражением

его позиции в системе ценностей и норм общества. Это позволяет предположить, что доверие и недоверие тесно связаны с феноменом **самоопределения субъекта**.

Под самоопределением мы понимаем поиск субъектом своего способа жизнедеятельности в мире на основе воспринимаемых, принимаемых или формируемых (создаваемых) им во временной перспективе базовых отношений к миру, другим людям, человеческому сообществу в целом и самому себе, а также на основе собственной системы жизненных смыслов и принципов, ценностей и идеалов, возможностей и способностей, ожиданий и притязаний [12]. Частными составляющими самоопределения являются: основные ценности субъекта, идеалы и жизненные принципы, цели и мотивы; базовые отношения к миру, другим людям (например, общая установка на доверие и недоверие); оценка своих способностей и возможностей; ожидания; опасения; представления о жизненной перспективе и о возможных изменениях системы ценностей и смыслов на протяжении жизни и т.д. Поскольку доверие и недоверие — интегральные показатели отношения субъекта к окружающему миру, и поскольку они являются проявлениями направленности субъекта на сохранение или изменение своего социально-психологического пространства, можно сказать, что в широком смысле основные *социально-психологические функции доверия и недоверия*, состоят в обеспечении *социального самоопределения субъекта, его сосуществования и взаимодействия с окружающим миром*.

Анализ места доверия и недоверия в системе понятий несомненно должен включать также и конструкты, выступающие **основаниями (критериями, компонентами) доверия и недоверия**. Это относится к таким феноменам, как приязнь, нравственность, единство, надежность, предсказуемость, неформальность, зависимость и т.д. Важно также оценить влияние на доверие и недоверие феноменов, представляющих антонимичные понятия: неприязнь, безнравственность, чуждость, враждебность, ненадежность, предательство, непредсказуемость, формальность, независимость и т.д. Этот анализ, результаты которого представлены в главах 2 и 4 настоящей монографии, может оказаться весьма продуктивным, поскольку разные виды и формы перечисленных характеристик сознания и поведения личности могут оказывать различное по силе и направленности влияние на доверие и недоверие представителей отдельных личностных типов, а также социальных групп.

Соотношению основной пары понятий нашего исследования, проблеме сходства и различий, взаимосвязи и автономности **дове-**

**рия и недоверия** посвящена глава 2. В ней представлены результаты эмпирического исследования, подтверждающего относительную независимость этих феноменов, а также предложены концептуальные модели их критериев и детерминант. Многие исследователи в последнее время все больше склоняются к тому, что доверие и недоверие не являются антонимичными и взаимоисключающими феноменами. Они определяются частично совпадающей, но не идентичной системой критериев и могут сосуществовать одновременно по отношению к одному и тому же объекту. В главе 2 будут определены общие и отличительные признаки этих феноменов, условия их одновременного существования, а также социально-психологические функции, которые они выполняют. Сейчас же мы остановимся на понимании сущности этих феноменов — как у других авторов, так и собственном.

### **1.3. Понимание феноменов доверия и недоверия**

---

Как было отмечено выше, в зависимости от философских оснований исследования, научного направления, социальной позиции и политических убеждений авторов ими предлагаются различные подходы к пониманию сущности доверия. Приведем некоторые наиболее распространенные формулировки. Например, Д. Левис и А. Вейгерт характеризовали доверие как «совершение рискованного действия на основе уверенного ожидания, что все, кто вовлечен в это действие, будут действовать компетентно и с сознанием долга» [56, с. 971]. Подобным образом определил и доверие С. Робинсон как «ожидания, предположения или веру (убеждение) в вероятность того, что будущие действия другого будут выгодными, благоприятными и, по крайней мере, не наносят ущерба интересам другого» [69, с. 576]. Дж. Рэмпел, Дж. Холмс и М. Занна указывают на особую значимость предсказуемости, надежности и отзывчивости, заботы о благосостоянии другого человека [67]. П. Ринг и А. Ван де Вен определяют доверие как уверенность в подтверждении ожиданий и доброжелательности другого [68]. В свою очередь, П. Бромилли и Л. Камингс дают определение доверия как ожидания того, что индивид или группа честно попытаются вести себя в соответствии с любыми обязательствами, и явными, и подразумеваемыми; будут честными в каких бы то ни было переговорах, предшествующих этим обстоятельствам; и чрезмерно не станут обманывать других, даже если представиться такая возможность [45]. Т. Ямагиши и М.



Ямагиши определяют доверие как убежденность в том, что люди не будут эксплуатировать добрую волю других [81]. Некоторые итоги дискуссии, посвященной проблеме доверия в сфере бизнеса, приводятся в тематическом выпуске журнала «The Academy of Management Review» [73]. Во вводной статье Д. Руссо, С. Ситкин, Р. Берт и К. Камерер предлагают следующее определение: доверие есть психологическое состояние, включающее намерение принять собственную уязвимость и основанное на позитивных ожиданиях относительно намерения или поведения другого [70].

Другие важные определения объясняют доверие как более общее отношение или ожидание от других людей и общественных систем (Б. Барбер, Х. Гарфинкел, Н. Луманн). Например, Б. Барбер описывал доверие как совокупность «социально обоснованных и социально подтвержденных ожиданий в отношении других людей, организаций, учреждений и естественных, моральных и социальных порядков, которые составляют фундаментальное содержание жизни» [42, с. 164–165]. Таким образом, в качестве основополагающих признаков доверия упоминаются эмоциональная близость, социальная идентичность, обмен, договор, социальные добродетели и др. Действительно, в разных культурах доверие опирается на ролевые ожидания, моральные добродетели, договорные обязательства. Имеет место также точка зрения о том, что доверие выступает следствием «спонтанной социальности» (*spontaneous sociability*) [31]. Под этим Ф. Фукуяма понимает способность индивида «создавать новые объединения и новые рамки взаимодействия» [31, с. 54]. С точки зрения психологии, за этой способностью стоит основополагающая социальная потребность в совместности, общности и близости, на которой базируются потребности в принадлежности и принятии, уважении и признании, кооперации, заботе о других и т.д. Исходя из такого понимания можно говорить о существовании специфической *потребности человека доверять окружающим людям и миру*.

На представления о природе возникновения, основаниях, критериях, функциях доверия и недоверия оказывает влияние также эволюция в истории человечества их преобладающих форм и видов [8, 17, 20, 21, 25, 38]. Исторически самой древней формой доверия, характерной для так называемых «традиционных обществ», исследователи считают доверие, основанное на принадлежности объекта к социальным группам, наделенным особым психологическим статусом. В традиционных обществах это, как правило, кровнородственные связи. Принадлежность к «своей» группе наделяет ее членов высоким кредитом доверия, который также допускает нарушение норм совмес-

тной жизнедеятельности в виде шуток, поддразнивания, заимствования чужих вещей без разрешения, – т.е. все то, что от постороннего человека будет восприниматься как оскорбление или преступление. Как отмечает А. Селигмен, это «вовсе не доверие, а уверенность в существовании хорошо репрезентированных (и санкционированных), акриптивных по своей природе ролевых отношений» [25, с. 35]. В данном случае доверие выполняет подчиненную функцию в регуляции совместной жизнедеятельности — оно сохраняет и воспроизводит существующую социальную структуру. Такая роль доверия существенно отличается от роли доверия в современном обществе, когда новые системы социальных связей и отношений формируются на основании доверия или недоверия, которое вызывает друг у друга участники в ходе взаимодействия. В традиционных обществах высокий уровень доверия к «своему» сочетается с недоверием к представителю других групп и особенно к так называемому «чужаку» (Г. Зиммель).

Исследователи отмечают, что «традиционное доверие» — это доверие прошлому; доверие известному и недоверие новому, неизведанному; доверие догмам, а не рациональному знанию; доверие обществу, общине, а не индивиду (как правило, чужому и чуждому); это вера в бога и доверие церкви [8, с. 115]. Анализируя динамику сущности и роли доверия в обществе и ссылаясь на работы шотландских моралистов XVIII в. (Шефтсбери, Миллар, Фергюсон, Блэр и др.) А. Селигмен в качестве следующей за «традиционным доверием» исторической формы выделяет «доверие как естественную симпатию», «естественную благожелательность» [25]. А. Селигмен связывает такое понимание доверия с появлением в указанный период дружбы в ее современной форме. Эта форма социальных отношений чужда мотивам личной корысти и рационального расчета [25, с. 29–30]. Она чрезвычайно сильно отличалась от ритуализированной дружбы (кровное братство и т.д.) более ранней исторической эпохи, цель которой состояла в том, чтобы сделать личные отношения частью системы родственных обязанностей, системы, опирающейся на традиции [25, с. 33]. Подлинная дружба и связанное с ней доверие опирается на духовную близость, эмоциональную привязанность, понимание, поддержку и нравственность партнеров.

По мнению А. Селигмена, на протяжении последних двух столетий в центре общественной мысли и политической теории находилась идея поддержания общности людей базирующаяся исключительно на взаимном выполнении обещаний. Их зарождение А. Селигмен связывает с идеей Э. Дюркгейма о договорных началах (т.е. о необходимости правил, регулирующих рынки и управляющих

исполнением договоров) [25, с. 15]. Экономическое и социальное развитие общества увеличивало интенсивность и частоту взаимодействия с людьми, представляющими чужие социальные группы. Кроме того, взаимодействие все чаще становилось обезличенным. Соответственно, отмечает Ю.В. Веселов, трансформировалось и доверие, произошел переход от «традиционного доверия» к доверию смешанного типа и далее — к «рациональному» и «современному» доверию [8, с. 115]. Общества, основанные на рыночном типе хозяйствования, воспроизводят новый тип моральных отношений и доверия, регулирующий безличные отношения агентов социальной и экономической коммуникации. Этот тип отношений основан на рациональном восприятии действий других в отличие от культурно-детерминированного доверия в традиционных обществах [6, с. 9]. В условиях современности меняется сама природа доверия. Отношения доверия становятся, во-первых, функциональными, во-вторых — рациональными, в-третьих — абстрактными (неперсонифицированными) (то, что А. Гидденс называет доверием «экспертным системам»). Исследователи отмечают, что в настоящее время идея социального обмена представляет собой ведущую социологическую традицию в экспериментальном изучении доверия. Так, Л. Мум и К. Кук выделяют обмен, основанный на предварительной договоренности, и его противоположность — спонтанный взаимный обмен [63]. Если договоренность не была достигнута изначально, предоставление товаров и услуг осуществляется в расчете на то, что реципрокность сработает и получатель вернет долг. Л. Молм, Н. Такаши и Г. Петерсон продемонстрировали, что в данном случае доверие достигает более высокого уровня, чем в процессе обмена по договоренности [62, с. 1398].

Несмотря на популярность модели «рационального доверия» (основанного на взаимном выполнении обещаний, т.е. на обмене) и на высокие возможности этой модели в объяснении экономического поведения, следует отметить, что такой тип доверия имеет гораздо больше общего с расчетом, а не с подлинным доверием, одним из основных признаков которого является безусловность. А. Селигмен считает, что обойти это противоречие позволяет концепция «генерализованного обмена» форму которого приобретает доверие в современную эпоху [25, с. 82]. Генерализованный обмен означает, что субъект соблюдает нормы сообщества, не претендуя на немедленное вознаграждение, а рассчитывая на то, что другие члены общества будут поступать так же, и это в итоге позитивно скажется на жизнедеятельности всего общества и самого субъекта. Однако, как нам кажется, понимание доверия как особой формы договора или любой формы обмена (персонифицированного или неперсонифицированного, эквивалентного или

неэквивалентного) уводит нас немного в сторону от понимания подлинной сути доверия (или сути подлинного доверия).

Все исследователи сходятся во мнении, что в современном обществе все более интенсивным и частым становится тип взаимодействия, когда отсутствует духовная близость или единство целей и ценностей. Нередко взаимодействие носит деперсонифицированный характер. Часто партнеры лишены возможности достаточно хорошо узнать друг друга и заключить надежный договор. Таким образом, взаимодействие протекает в условиях неопределенности и в отсутствии каких-либо гарантий получения эквивалентного блага. И тем не менее люди продолжают доверять друг другу и сотрудничать. Какой же тип доверия может заменить в этом случае рациональное доверие? Этот вопрос возвращает нас к объяснениям кооперации и сотрудничества людей существованием некоторых базовых социальных потребностей (социальных инстинктов, «органической солидарности» по Э. Дюркгейму, «спонтанной социальности» по Ф. Фукуяме). Действительно существует некоторая базовая социальная потребность, а именно потребность человека в жизни в сообществе, на которой строятся все остальные социальные потребности: в совместности, общности, принадлежности, уважении и т.д. Э. Дюркгейм видел основу органической солидарности людей в единых для всех людей нравственных ценностях, т.е. таких, которые соответствуют «общей концепции человека»: «поскольку в каждом из нас есть доля человечности, совесть каждого индивида содержит нечто божественное и, значит, знает, что должна быть чистой и нерушимой перед другими» [51, с. 52]. Однако в ситуации высокой неопределенности, которая может сопровождаться противоречиями или даже конфликтами мировоззрений, целей и интересов, «органическая солидарность» не может выступать достаточным гарантом безопасности взаимодействия и снизить риски. Поэтому еще одной особенностью современного состояния доверия в обществе является тенденция одновременного присутствия в отношениях доверия и недоверия между партнерами — баланса оптимальных уровней доверия и недоверия.

Наличие некоторых устойчивых характеристик доверия в различные исторические периоды и в различных сообществах людей позволяет говорить о *культуре доверия* [7, 25, 31]. Культура доверия — это не только исторически сформированные установки, нормы и ценности социального взаимодействия, но и активно воспроизводимая в социальных практиках структура отношений, которая может сознательно планироваться и регулироваться [7, с. 32]. Различные культуры отличаются значимостью доверия, критериями его формирования, основными составляющими (основаниями) степенью их выраженности, правилами и традициями регулируемыми доверительные отношения.

Ф. Фукуяма, рассматривая национальные культуры доверия, разделяет современные государства на три группы в зависимости от того, какую роль играет доверие в этих обществах [31]. Первую группу с самым высоким уровнем социальной кооперации и доверия составляют США, Япония и Германия. Ф. Фукуяма связывает высочайшее развитие экономики в этих странах с той ролью, которую играет доверие в их экономической жизни. Вторую группу с более низким уровнем доверия составляют Китай, Италия и Франция, где доверие поддерживается семейными структурами (или сходными с ними). Третья группа, характеризующаяся наиболее низким уровнем доверия, объединяет постсоциалистические страны. Несмотря на высокую долю условности и обобщенности, эта модель является в настоящее время одной из наиболее популярных. Хотя ее критики отмечают, что вряд ли возможно объединять различные в культурном плане страны (Япония и Германия, Китай и Франция) в одну группу. Ясно, что Китай и Япония будут понимать доверие в рамках конфуцианской морали (например, уважение и доверие старшим). США и Франция, Англия и Италия, как государства прежде всего христианские (хотя и разные — протестантские и католические) будут едины в общей морали и признании ценностей человеческой жизни, гражданского общества, прогресса [7, с. 30].

Что касается постсоциалистических стран, то некоторые исследователи подчеркивают, что именно в странах западного мира, особенно в США, наблюдается разрушение и упадок традиционной культуры доверия, а страны Восточной Европы представляют собой пример активно формирующейся культуры доверия [75, с. 99]. И это несмотря на то, отмечает Ю.В. Веселов, что в последние годы своего существования коммунистические режимы способствовали созданию особой культуры недоверия: граждане не доверяли государству, государство — гражданам [7, 8]. Основной зоной доверия была семья или круг близких друзей. В период начальной трансформации эта ситуация недоверия еще более усилилась: старые механизмы формирования доверия были *уже* разрушены, а новые *еще* не заработали в полную силу. В результате еще более возросла криминализация общества, недоверие формировало силовую установку в отношениях между людьми и особенно между экономическими организациями. Так возникли понятия «крыша», «силовая поддержка», «силовое предпринимательство». Недоверие распространилось и на экономические институты — вместо денежных отношений использовались бартерные, люди перестали доверять свои сбережения банкам, банки перестали доверять своим клиентам и кредитовать предприятия. Однако, отмечает Ю.В. Веселов,

в настоящее время «мы становимся свидетелями замечательного явления, когда уровень доверия в постсоветских странах поднимается с нулевой отметки до сравнительно высокого показателя» [7, с. 31]. Таким образом, научные представления о сущности и происхождении доверия, так же как и имплицитные представления о нем, культурно и исторически обусловлены.

Неудивительно, что взгляд на природу доверия отличается у представителей различных социальных наук, а также различных отраслей психологической науки в зависимости от того, на каком объекте и в какой сфере его жизнедеятельности изучается доверие. Однако должны существовать также и некоторые наиболее универсальные и устойчивые основания доверия. Сделаем попытку выявить их, сопоставив признаваемые многими исследователями точки зрения на его содержание. Как было отмечено выше, доверие часто понимается как позитивное ожидание, или ожидание благоприятного по отношению к субъекту поведения контрагента [2, 28, 53 и др.]. Однако мы не боимся получить от людей, которым доверяем, также и негативную оценку, наказание или порицание в том случае, если они нами заслужены. Мы ждем от них справедливого отношения, поведения, соответствующего нравственным нормам.

Ожидание справедливого поведения не единственный и не ключевой признак доверия. Не может выступать таковым и ожидание субъектом пользы от взаимодействия. Т.П. Скрипкина определяет доверие как «способность человека априори наделять явления и объекты окружающего мира, а также других людей, их возможные будущие действия и собственные предполагаемые действия свойствами безопасности (надежности) и ситуативной полезности (значимости)» [28, с. 85]. В этом определении в качестве основных признаков доверия называются безопасность и полезность (значимость). Однако, как будет показано ниже в главе, посвященной соотношению доверия и недоверия, оценки объекта как опасного или безопасного в большей степени являются дескрипторами недоверия. Значимость другого человека, несомненно, один из основных признаков доверия, в то же время ее не стоит однозначно понимать как ситуативную полезность. Так, А. Селигмен называет «первородной» формой доверия доверие безусловное, которое не базируется на каких-либо взаимных договоренностях и обязательствах. «Ареной» этого вида доверия «является не рынок, не место для гуляний, не биржа и никакое другое публичное пространство, а приватная сфера дружеских и любовных отношений» [25, с. 140]. В чем же заключается полезность такого общения? В первую очередь в возможности субъекта открыться, быть выслушан-

ным и понятным. Никаких конкретных благ не ожидает и младенец, с улыбкой протягивающий ручки к новому яркому объекту. Таким образом, безусловное расположение, интерес и открытость первичны по отношению к другим составляющим доверия.

Данный вывод подтверждают и результаты нашего эмпирического исследования доверия и недоверия. Они показали, что интерес к другому человеку является одним из основных критериев доверия. Не случайно нашими респондентами как вызывающий доверие оценивается человек веселый, сильный, активный, имеющий широкий круг интересов. Эти показатели не имеют связи с ситуативной полезностью для субъекта данного человека и со значимостью оказываемой им помощи. Кроме того, анализ имплицитных представлений о доверии позволяет утверждать, что большинством людей доверие другому человеку воспринимается, в первую очередь, как собственная готовность к справедливому и честному отношению, как готовность оказать поддержку и помощь без каких-либо условий. Все это дает основание считать *первоосновой доверия и его начальной формой эмоционально-позитивное отношение, интерес и открытость субъекта* по отношению к партнеру. Более «зрелая» форма доверия характеризуется также *готовностью проявлять добрую волю в отношении партнера, и только затем следует ожидание справедливого и честного отношения.*

Определив основные признаки доверия как социального явления, необходимо перейти к анализу доверия и недоверия как социально-психологических феноменов. Доверие может быть отнесено и относится отдельными авторами к различным классам понятий, в частности, оно понимается как чувство, ожидание, состояние, представление, психологическое отношение, способность, процесс и т.д. Нередко доверие понимается как форма социальной компетентности (умение и готовность строить доверительные отношения), культура (совокупность правил и норм), социальная ситуация и т.д. Например, В.Н. Минина исследовала недоверие как социальную проблему, понимая под ним ситуацию дисбаланса интересов субъектов социального взаимодействия, в результате чего заинтересованные группы формулируют требования по изменению сложившихся условий или существующего общественного устройства и оказывают воздействие на власть, общественное мнение с тем, чтобы выдвигаемые требования были удовлетворены [19, с. 160].

Для социальной психологии наиболее перспективным является подход к доверию и недоверию как к психологическому отношению. Актуальным является также анализ доверия как взаимоотношения

партнеров, формирующегося на основе сопоставления взаимных оценок, установок и ожиданий. Так, доверие предполагает не только оценку другого участника взаимодействия и ожидания его действий, но также и представление о том, как тот оценивает доверителя и какое поведение он от доверителя ожидает. При такой постановке проблемы второй участник взаимодействия может быть назван «объектом» с очень большой натяжкой, поскольку доверие предполагает высокую зависимость от его отношения и поступков. В доверительных отношениях социальных объектов *взаимное* оценивание, готовность и ожидания приобретают решающее значение, поэтому можно скорее говорить о двух сторонах доверительных отношений, нежели о субъекте и объекте доверия. Именно поэтому в своей работе мы не используем термин объект, предпочитая называть второго участника взаимодействия *партнером*. Это определение нам кажется также более уместным по сравнению с понятием «бенефициар» обозначающим объект доверия в деловом и юридическом лексиконе.

Подход к доверию как к психологическому отношению предполагает выделение в его структуре когнитивного, эмоционального и поведенческого компонента. *Когнитивный компонент* включает представления о себе, втором участнике доверительных отношений и условиях взаимодействия, а также ожидания, связанные с поведением партнера. *Эмоциональный компонент* характеризуется эмоциональными оценками взаимодействующих сторон и самого процесса взаимодействия. *Поведенческий компонент* включает готовность к определенным действиям в отношении второго участника, в отношении самого себя и сложившихся условий. Например, готовность соблюдать нравственные нормы при взаимодействии с ним или готовность пожертвовать собственными интересами ради поддержания определенного уровня доверия.

Поскольку наибольшее распространение получили определения доверия и недоверия как ожиданий, необходимо дать наше понимание этого феномена. *Ожидание, по нашему мнению, есть особая форма психологического отношения, определяющая роль в котором принадлежит мотивационной составляющей*. Т.е. ожидание по отношению к какому-либо объекту или партнеру — это психологическое отношение, включающее представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате взаимодействия с данным объектом или партнером, эмоции, которые вызываются предвкушением удовлетворения этих потребностей, и готовность совершать определенные действия, способствующие их удовлетворению.

Таким образом, **доверие как психологическое отношение** вклю-



чает интерес и уважение к объекту или партнеру; представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате взаимодействия с ним; эмоции от предвкушения их удовлетворения и позитивные эмоциональные оценки партнера; расслабленность и безусловную готовность проявлять по отношению к нему добрую волю, а также совершать определенные действия, способствующие успешному взаимодействию. В свою очередь, **недоверие** включает следующие основные элементы: осознание рисков; чувство опасности, страха в сочетании с негативными эмоциональными оценками партнера и возможных результатов взаимодействия; настороженность и напряженность, а также готовность прекратить контакт, ответить на агрессию или проявить опережающую враждебность. В главе 2 мы дадим более развернутое описание компонентов доверия и недоверия и проведем сопоставление их общих и различных свойств и характеристик.

Для нас принципиальна различная значимость составляющих доверия — ожидание пользы для себя, по нашему мнению, не является определяющим или первичным в структуре доверия. Собственная готовность к доверительным отношениям, осознание ответственности за их развитие — значимые составляющие доверия. Важными признаками являются также открытость и интерес субъекта. Однако именно они делают партнеров уязвимыми. А. Селигмен даже предсказывает «угасание доверия» в мире, где возрастает неопределенность и где риски превышают допустимый уровень, превращаясь в опасность [25, с. 199]. Сложно согласиться с этой точкой зрения, поскольку в таких условиях может иметь место дальнейшая эволюция содержания и роли доверия в обществе при сохранении высокой значимости данного феномена. Прогноз угасания и обесценивания доверия в современном мире А. Селигмена строится на том, что если между договаривающимися или взаимодействующими сторонами не усматривается никакого общего символического или этического пространства и участники взаимодействия воспринимают друг друга как обитателей совершенно разных, потенциально противоположных или враждебных миров, то их действия чреваты опасностью для всех остальных. А. Селигмен задается вопросом: не происходит ли в таких условиях возврата к прошлому, к групповым идентичностям (зачастую аскриптивным или даже примордиальным), а также к различного рода системным ограничениям, которые по своей сути враждебны доверию [25, с. 200–202]. Он спрашивает: «Разве не в этом направлении идет в наши дни переосмысление взаимоотношений различных этнических групп Северной Америки и Западной Европы (не говоря

уж о Восточной Европе)?» [25, с. 200].

А. Селигмен приводит пример исчезновения доверия в ситуации, когда профессор университета вынужден взвешивать каждую фразу, заботясь о соответствии сказанного современным нормам расовой, этнической или гендерной «политкорректности», поскольку опасается негативной реакции представителей этих групп [25, с. 202]. Однако, по нашему мнению, такое понимание доверия означает следующее: «Я, ничего не опасаясь, могу поступать в соответствии со своими принципами и нормами, а вы — хотите или нет — должны приспособиться к этому». Такое понимание доверия превращается в его отрицание — *в безразличие к другому человеку — к его индивидуальности, самобытности, особой системе ценностей и смыслов*. Действительно, какой из двух вариантов поведения будет являться проявлением доверия: первый — пренебречь предостережением партнера о том, что он не допустит ущемления своих интересов и принципов, провоцируя таким образом его агрессивное поведение; или же второй — отнестись серьезно к этому предостережению, поверив в значимость данных ценностей для партнера, и проявлять осторожность в поступках и высказываниях? Можно сказать, что в приведенном выше примере проявлением доверия может считаться именно такое поведение, в котором субъект (профессор университета), избегая оскорбительных и бестактных высказываний, демонстрирует расположенность и заинтересованность во взаимодействии, а также уважение к индивидуальным и групповым особенностям своей аудитории. Подлинное доверие, как мы уже отмечали, предполагает в первую очередь именно интерес и уважение к мировоззрению партнера. Оно предполагает также понимание тех ценностей, норм и принципов, которыми партнер готов поступиться в ходе сотрудничества, и тех, которые не могут быть принесены в жертву и потому в определенных ситуациях будут побуждать партнера поступать в соответствии с собственным кодексом поведения. Только прояснение позиций обеих сторон в ходе диалога позволит сформировать оптимальный уровень доверия в тех сферах взаимодействия, где налицо единство ценностей и целей, и ввести некоторые взаимные ограничения в тех областях, где имеются противоречия и возможны конфликты. *Доверяющие, т.е. значимые друг для друга, заинтересованные в сотрудничестве и мирном сосуществовании, осознающие собственную ответственность за развитие отношений, партнеры должны вырабатывать меры предосторожности и контроля в потенциально опасных сферах и ситуациях взаимодействия*. Таким образом, *оптимальное соотношение доверия и недоверия* — вот ответ общества на вызовы современности.

Увеличение неопределенности и рисков может привести к росту недоверия, но не может снизить интерес (а следовательно, и доверие) к новому и непознанному. Есть особые группы, для которых опасность является неизбежным условием их профессиональной деятельности — они сталкиваются с ней «по долгу службы» (представители вооруженных сил, сотрудники органов внутренних дел, спасатели, испытатели и т.д.). Существуют также различного рода романтики и авантюристы, безрассудно относящиеся к риску. Наряду с этими двумя категориями можно выделить еще одну — людей, которые добровольно, открыто и осознанно, т.е. с доверием, вступают во взаимодействие с потенциально опасными объектами. Это, в первую очередь, первопроходцы и исследователи, переговорщики и посредники в конфликтах, пропагандисты различных идей и проповедники, а также деловые люди — коммивояжеры и предприниматели. Их интерес к новому, непонятному, трудно достижимому настолько велик, что они продолжают свою деятельность, несмотря на осознаваемый высокий риск. Кроме того, многими из них движут социальные мотивы, в том числе мотив социальной ответственности «если не я – то кто же?» Этот вопрос заставляет их идти на риск, то укрощать природные явления, опасные заболевания, осваивать новую технику. Он позволяет устанавливать взаимопонимание с чужими культурами и враждебно настроенными социальными группами. Только в результате искреннего интереса возможно познание и постижение системы ценностей и норм этих групп. Благодаря этому появляется возможность достижения взаимопонимания и сотрудничества в условиях высоких рисков и неопределенности. Жертвуя своей безопасностью, осваивая и «приручая» неизведанные социальные и материальные миры, первопроходцы снижают уровень риска для всех последующих участников взаимодействия, создавая таким образом условия доверия для больших социальных общностей или следующих поколений людей.

Пренебрежение отдельными категориями людей личной безопасностью при построении отношений возвращает нас к пониманию безусловности и бескорыстности как первооснов доверия. Не все исследователи придерживаются такой точки зрения. В частности, И.В. Антоненко определяет доверие как «психическое образование субъекта, выражающее его положительное отношение к объекту, обладающему качеством встречной позитивности эквивалентного характера» [2, с. 208]. Можно возразить, что калькуляция получаемого и отдаваемого блага является, скорее, признаком договорных отношений обмена, а не собственно доверия. Такое доверие имеет

много общего с расчетом и характерно для некоторых типов отношений людей, в частности, для делового взаимодействия. Одновременно можно выделить формы и виды доверия, когда условие эквивалентного обмена неуместно. В первую очередь оно не характерно для эмоционально близких, интимных отношений личности. Однако и на групповом уровне, а также на уровне общества доверие мало зависит от воздаяния за хорошее отношение [25, 31, 55]. Так, генерализованное (общественное) доверие поддерживается поступками членов общества, не связанными с ожиданием ответного поведения или вознаграждения. Примером такого отношения является существование норм помощи больным, неимущим и всякому человеку, нуждающемуся в поддержке. В соблюдении этих правил можно усмотреть выполнение гражданского долга или следование социальным нормам, которое вознаграждается обществом, но в нем, несомненно, также присутствует удовлетворение основных социальных потребностей человека (в совместности, общности, кооперации, сотрудничестве, заботе об окружающих и т.д.). В этом случае такое гуманное и ответственное поведение есть естественное поведение, присущее любому социальному существу.

Как показал представленный анализ, содержание и структура доверия имеет выраженные особенности в зависимости от условий и характера взаимодействия партнеров. Эти особенности обуславливают существование многообразных форм и видов доверия и недоверия. Ниже мы остановимся на некоторых особенностях их возникновения и проявления.

#### 1.4. Виды и типы доверия и недоверия

---

Одним из принятых оснований типологии является **объект доверия и недоверия**. Проведенный Т.П. Скрипкиной анализ показал, что в различных направлениях психологической науки речь шла о трех самостоятельных областях, где доверие чаще всего называлось в качестве условия существования какого-либо другого явления: это *доверие к миру, доверие к другим и доверие к себе* [28]. Причем каждый из этих аспектов изучался обособленно. При этом доверие к другому изучалось в контексте социально-психологических проблем; доверие к себе выступало предметом психотерапевтических и психокоррекционных процедур; доверие к миру рассматривалось как базовая установка личности, причем психологические механизмы этого явления до настоящего времени не изучались. Основой для фор-

мирования этих трех видов доверия является «базальное доверие», описанное Э. Эриксоном [40]. Базальное (базисное) доверие, возникающее на ранних стадиях онтогенетического развития личности из опыта общения с самым близким окружением ребенка, продолжает развиваться и видоизменяться на протяжении жизни человека и определяет такое свойство личности, как доверчивость.

В настоящее время наиболее проработанной является проблема доверия личности к себе, которая является предметом исследований Т.П. Скрипкиной и ее учеников. Она определяет доверие к себе как рефлексивный, субъектный феномен личности, позволяющий человеку занять определенную ценностную позицию по отношению к самому себе, к миру и, исходя из этой позиции, строить собственную жизненную стратегию [28, с. 139]. Т.П. Скрипкина указывает, что развитие оптимального уровня доверия к себе является показателем не только целостности, но и зрелости личности [28, с. 133]. В свою очередь доверие к миру понимается «как специфический субъектный феномен, сущность которого состоит в специфическом отношении субъекта к различным объектам или фрагментам мира, заключающимся в переживании актуальной значимости и априорной безопасности этих объектов или фрагментов мира для человека» [28, с. 97]. Она отмечает, что доверие к себе невозможно без доверия к миру, иначе распадается вся система «человек и мир», которая может существовать лишь как целостная система [28, с. 87]. В одних случаях человек может стремиться к обретению доверия к миру и тогда он действует в логике «сообразности», т.е. адаптивности. В других случаях все может быть иначе — человек стремится к обретению доверия к себе, и тогда он способен «выйти» за рамки ситуации, проявляя надситуативную активность [28, с. 93]. Таким образом, доверие человека к миру и доверие человека к себе постоянно находятся в состоянии подвижного равновесия: «доверие к миру и доверие к себе стремятся к гармоничному сочетанию, иначе наблюдается либо безрассудный риск, либо полное отчуждение личной индивидуальности от самой себя» [28, с. 91–93]. По мнению Т.П. Скрипкиной, абсолютизация любого из полюсов приводит к дезадаптации личности, к патологическим последствиям.

Подобный взгляд, противопоставляющий доверие к миру и доверие к себе, может вызвать закономерные возражения. Так, адаптивные действия субъекта сообразно ситуации нередко протекают при высоком уровне доверия личности как себе, так и к миру. Пример — активность в хорошо знакомых условиях, предсказуемой среде и т.д. Кроме того, личность может проявлять высокий уровень

доверия к себе и миру одновременно и в противоположной ситуации, характеризующейся высоким риском и неопределенностью — в поисках неизведанного, в стремлении к непознанному. Условием же противоречия доверия к миру, другим людям и доверия к себе выступает рассогласование ожиданий личности относительно условий активности. Это могут быть условия как физической среды, так и социальной — система ценностей, смыслов и норм. Субъект, столкнувшись с неожиданными явлениями привычного мира, оказывается перед выбором — действовать соответственно ситуации или согласно собственным устремлениям. В случае же, если отсутствует рассогласование условий жизнедеятельности и субъективных ожиданий, личность может действовать с высокой долей доверия к себе, не подвергаясь риску. Можно также предположить, что чем сильнее человек будет доверять себе, тем чаще он будет демонстрировать доверяющее поведение по отношению к другим людям и миру в целом. На рефлексивном уровне это может выглядеть примерно так: «Какие бы неожиданные события ни произошли, как бы ни повели себя окружающие, я всегда найду выход из положения». Однако эти предположения нуждаются в серьезной проверке. В главе 4 (параграф 4.6) представлены результаты пилотажного эмпирического исследования соотношения доверия личности себе, миру, другим людям. Его результаты позволяют считать данное направление исследований весьма перспективным.

Помимо окружающего мира, других людей и самого субъекта, объектами доверия и недоверия являются также *отдельные люди, социальные группы и организации*. Другими возможными объектами могут выступать *различные феномены и явления материального и нематериального мира*. Например, разные виды отношений между людьми, системы ценностей и принципы устройства общества. В частности, исследователи говорят о *доверии социальным ролям, категориям, сетям* и т.п. В этом случае речь идет о *деперсонифицированном доверии*. Социологи и экономисты используют понятие «*доверие системе*» [32]. К.-У. Хельман понимает под этим «веру людей в надлежащее функционирование общественной системы: все имеет свой порядок, не бывает серьезных выходов системы из строя, существенных недостатков в ее функционировании, соответственно регулярных и крупных потерь при этом, все остается в рамках ожидаемого» [32]. В каждом обществе существует множество функциональных систем, основные из которых, по мнению К.-У. Хельмана, — экономика, политика и право. Это позволяет проводить классификацию **видов доверия и недоверия по сферам приложения**, как это сделано в ра-

боте Л.А. Журавлевой. В ней приводится следующая классификация видов доверия: организационное доверие, управленческое доверие, экономическое доверие, политическое доверие, нравственное доверие, психологическое доверие, правовое доверие [15].

Основанием типологии может выступать и сам **субъект доверия и недоверия** — личность или группа. Иногда не только объект, но и субъект доверия и недоверия могут не идентифицироваться. К этому виду относятся *институциональное* и *генерализованное доверие* (доверие на уровне всего общества). В зависимости от точки зрения возможны еще два особых вида доверия и недоверия — *испытываемое* субъектом доверие/недоверие к другим людям и *воспринимаемое* им доверие/недоверие со стороны различных людей и групп. Т.П. Скрипкина использует для их обозначения термины «я-доверие» и «мне-доверие» [27, 28]. Соответственно, можно выделить «я-недоверие» и «мне-недоверие». Влияние этих видов доверия и недоверия на взаимоотношения партнеров и на поведение субъекта на сегодняшний день не изучено и представляет собой весьма перспективное направление исследования.

Выраженность **формально-динамических характеристик доверия и недоверия** также позволяют построить соответствующую типологию. Ее основаниями могут выступать следующие характеристики: избирательность, парциальность, стабильность и устойчивость к различного рода воздействиям, в частности, устойчивость во времени и т.д. Например, возможны следующие виды доверия и недоверия: избирательное, широкое, нерушимое, неустойчивое, ситуативное и т.д. В нашем исследовании (глава 4) выделены эмпирические типы, отличающиеся дифференциацией социального окружения по показателям доверия/недоверия. По этому же принципу можно выделить формальное и неформальное доверие. Формальное доверие чаще всего упоминается в литературе как *институциональное* доверие, под которым понимается система принятых в данном сообществе принципов, правил и норм построения отношений доверия и недоверия. По признаку формальности выделяется и такой вид, как вынужденное доверие.

**Определенное сочетание у субъекта разных уровней отдельных видов и форм доверия и недоверия** может служить основанием для специфических типологий. Так, концептуальное положение об относительной независимости феноменов доверия и недоверия позволяет провести классификации различных *типов сочетания доверия и недоверия*. В работе Р. Левицки, Д. Мак-Алистера, Р. Биса в рамках двухмерного каркаса описаны 4 типа отношений: низкое

доверие/низкое недоверие, высокое доверие/низкое недоверие, низкое доверие/высокое недоверие, и высокое доверие/высокое недоверие [57]. В условиях *низкого доверия и низкого недоверия*, субъект не имеет причин ни для того, чтобы быть уверенным в партнере, ни для того, чтобы быть подозрительным и настороженным. Отношения с большой вероятностью характеризуются ограниченным количеством аспектов (граней), малым количеством связей и низкой «полосой пропускания» (т.е. редкостью контактов и незначительным объемом передаваемой информации). В условиях *высокого доверия и низкого недоверия* действующее лицо имеет основания быть уверенным в другом человеке, и не имеет оснований подозревать его. Заинтересованные стороны убеждены, что имеют общие цели, ценности и испытывают сильное положительное чувство друг к другу, которое выражается посредством проявления признательности, поддержки, и поощрения. Стороны будут часто взаимодействовать, периодически открывать новые возможности для взаимодействия, а также «восстанавливать» доверие в случае возникновения напряженности. Факты, свидетельствующие о неблагонадежности, будут скорее всего игнорироваться или отрицаться [57]. В ситуации, когда стороны испытывают *низкое доверие и высокое недоверие*, но тем не менее взаимозависимы, они находят некоторые пути для управления своим недоверием. Один из эффективных путей — разделить отношения на составляющие, группируя аспекты, в которых стороны могут положиться друг на друга, и отделяя их от тех аспектов отношений, где доверие между сторонами невозможно. Основное условие поддержания отношений — действовать в рамках правил [57]. В условиях *высокого доверия и высокого недоверия* одна сторона имеет основания быть уверенной в другой в определенном аспекте отношений, но также имеет основания быть настороженной и подозрительной в других аспектах. Отношения с большой вероятностью характеризуются многогранной взаимозависимостью, при этом партнеры имеют как отдельные, так и совместные цели. Для того чтобы поддерживать отношения и получить выгоду от них, стороны могут предпринимать шаги для сужения взаимозависимости только на тех аспектах отношений, которые могут повысить доверие. Р. Левицки, Д. Мак-Алистер и Р. Бис отмечают, что равновысокое доверие и недоверие является наиболее распространенной формой отношений по мере того, как формируются и расширяются взаимозависимости в командах, партнерствах и альянсах [57].

Еще более сложную типологию можно построить, рассмотрев варианты *сочетаний различной степени выраженности у субъекта*



*доверия и недоверия миру, другим людям, самому себе, а также его способности вызывать доверие окружающих.* Так человек в высокой степени доверяющий себе, сочетающий высокое доверие и недоверие другим людям, способный вызвать доверие у максимального числа людей, скорее всего, займет лидирующую позицию в сообществе. Высокое доверие к себе в сочетании с недоверием окружающему миру характерно для творческих отшельников (ученых, писателей и т.д.). Возможны и другие стратегии жизни, определяющиеся особенностями сочетаний разных видов доверия. Субъект с низким недоверием к другому и низким доверием к себе, скорее всего, вступит в контакт, но не начнет совместную деятельность. Так, в деловых отношениях договор может быть подписан, но начало реализации проекта будет откладываться, возможны различные задержки и согласования по ходу совместной деятельности и в ходе оценки ее результатов. Человек с низким недоверием и одновременно с низким доверием к самому себе может взяться за работу, с которой не способен справиться («взялся за гуж — не говори, что не дюж»). Высокое доверие и высокое недоверие к окружающим и самому себе вызовет осторожное продвижение в контактах «шаг вперед — два шага назад».

Распространенными являются также классификации **видов доверия и недоверия по их основаниям**. Так Р. Левички, М. Стивенсон, Б. Банкер выделяют три вида доверия: доверие, основанное на расчете; доверие, основанное на знании; доверие по тождеству [58]. Модель, используемая в нашем исследовании, позволяет добавить еще два вида: доверие, основанное на приязни, и доверие, основанное на надежности. Аналогичные типологии можно построить для многих моделей доверия не только личностного, но и группового. Например, опираясь на распространенные модели организационного доверия, можно выделить следующие его виды: доверие, основанное на компетентности руководителя; доверие, основанное на порядочности; доверие, основанное на заботе и т.д.

Возможно провести классификацию форм доверия **по степени выраженности компонентов психологического отношения доверия/недоверия**. Разная выраженность отдельных компонентов психологического отношения приводит к различным формам доверия. Например, возможно следующее сочетание: на поведенческом уровне имеет место демонстрация доверия, на когнитивном и эмоциональном — враждебное отношение. Данный тип доверия/недоверия может быть назван обманным доверием или вероломством. Обратное сочетание, когда на фоне уверенности в надежности партнера демонстрируется недоверие ему на поведенческом уровне, может быть

охарактеризовано как видимость недоверия (псевдонедоверие). Такая форма отношения, например, нередко используется руководителями с целью повышения ответственности работников. Соответственно выраженности отдельных компонентов отношения можно выделить также осознаваемое или неосознаваемое (интуитивное) доверие и недоверие. В случае неосознаваемого доверия уровень выраженности эмоционального и поведенческого компонентов будет превышать уровень когнитивного компонента. Вообще в жизни мы часто сталкиваемся с такими формами, как «псевдодоверие», «псевдонедоверие», «номинальное» доверие, «авансированное доверие». Для молодых людей нередко характерно «безрассудное доверие» — открытость как условие высокой познавательной активности и готовности взаимодействовать с незнакомыми социальными объектами и людьми. Встречается и проявление «слепого доверия» в отношениях с близкими людьми.

Существование форм доверия и недоверия, различающихся выраженностью отдельных компонентов психологического отношения, подводит нас к необходимости выделения двух основных категорий: «подлинного» и «неподлинного» доверия и недоверия. Так, все виды и формы доверия, включающие ожидание блага, позитивные эмоциональные оценки и готовность субъекта к нравственному поведению, могут быть отнесены к категории «*подлинного или искреннего доверия*». Аналогично компонентами «*подлинного или искреннего недоверия*» являются: опасение зла, негативные оценки и готовность к прерыванию контакта и/или проявлению опережающей враждебности. Это верно даже в том случае, если доверие и недоверие являются результатами проекции собственных свойств или приписывания партнеру несвойственных ему характеристик. Такие виды доверия и недоверия отличаются от «*неподлинных*» — *неискренних, обманных форм, являющихся имитацией этих отношений*. Например, к «неподлинным» видам относятся «псевдодоверие» и «псевдонедоверие», которые используются для введения в заблуждение и манипулирования партнером.

В свою очередь многообразие феноменов «подлинного» доверия и недоверия позволяет выделить в этой категории особый вид отношений, названный нами «собственно доверие» и «собственно недоверие». Под «*собственно доверием*» мы понимаем отношение, построенное в результате основанного на проверенных данных объективного оценивания людей и объектов окружающего мира как достойных, заслуживающих доверия. Соответственно, «*собственно недоверие*» есть обоснованная, проверенная, довольно объективная

оценка людей и объектов окружающего мира как вызывающих недоверие. Проверка и оценивание при формировании разных видов и форм доверия имеет место далеко не всегда. Например, они не характерны для деперсонифицированных видов доверия: общественно-го (генерализованного) доверия, доверия социальным ролям, сетям, категориям и др. Заслуженные, основанные на проверке «собственно доверие» и «собственно недоверие» отличаются от остальных видов подлинного доверия своими *основаниями, критериями формирования и функциями*. Однако суть, *основное содержание* (представления, ожидания, эмоциональные оценки и готовность к определенному поведению) остается практически неизменным, что позволяет обе эти формы отнести к феноменам «подлинного» доверия/недоверия. Таким образом, можно выделить различные **формы доверия и недоверия в зависимости от выполняемых ими функций**. Представленный ниже анализ функций этих феноменов позволит выявить некоторые психологические механизмы, которые стоят за разнообразными видами доверия и недоверия.

### **1.5. Социально-психологические функции доверия и недоверия**

---

Многие современные исследователи акцентируют внимание на той роли, которую играет доверие в регуляции сознания и поведения личности, группы, общества. Т.П. Скрипкина отмечает, что доверие осуществляет функцию *связи человека с миром в единую систему*, способствует *слиянию прошлого, настоящего и будущего* в целостный акт жизнедеятельности; создает *эффекты целостности бытия* человека, личности, взаимодействия человека с миром; *устанавливает меру соответствия* поведения человека, принятого решения, целей, поставленных задач как миру, так и самому себе [28, с. 235]. Подобные достаточно общие определения функций требуют конкретизации для каждого особого вида доверия. Связано это с тем, что функции доверия и недоверия, так же как и другие их характеристики, специфичны для различных аспектов жизнедеятельности субъекта — для разных типов и сфер отношений, этапов жизни и ситуаций. При этом хотелось бы избежать и другой крайности, характерной для многих современных исследований, в частности, доверия в сфере менеджмента, — слишком узкого и инструментального толкования как самого доверия, так и его функций.

Ряд авторов выделяет в качестве основной функции доверия *регуляцию межличностных отношений* [28, с. 48]. Так, рассматривая

*доверие на уровне личности*, В.С. Сафонов выделяет три основные функции доверия, которые оно выполняет в дружеских и деловых взаимоотношениях [24]. Первая — функция *обратной связи в процессе самопознания личности*. В процессе доверительного общения человек получает обратную связь о своих переживаниях, чувствах. Вторая функция получила название *психологического облегчения*. После раскрытия другому человеку внутренних сторон личности наступает момент психологического облегчения для того, кто был выслушан и понят другим человеком. Третья функция — это функция *углубления взаимоотношений*. Доверительное общение ведет к сближению людей как в совместной трудовой деятельности, так и в личных отношениях.

По мнению Ю.В. Веселова, доверие на межличностном уровне *активизирует коммуникацию и взаимодействие, снижает риск и мобилизует активность* сторон во взаимодействии. Благодаря доверию *коммуникация* (обмен информацией) *становится более широкой*, приобретая черты *постоянства*. Доверие *ускоряет процессы социального обмена*, способствует *интеграции группы, общности и общества в целом* [7].

Доверие в обществе инициирует совместные действия, т.е. *воспроизводит кооперативные отношения* (сотрудничество, взаимопомощь, поддержку, участие, согласие). Связи индивида и группы становятся более устойчивыми, а его включение в общность — более полным. Ю.В. Веселов отмечает, что доверие должно постоянно производиться и воспроизводиться и в социальных, и в экономических отношениях, но и само доверие *воспроизводит социальные отношения и общество в целом* [7, с. 28]. Кроме того, в современном обществе доверие позволяет соединять функционально различные интересы индивидов и групп в одно целое, где борьба противоположностей не переходит в социальный конфликт. В этом состоит его уже упомянутая *интегративная функция*. Доверие как на личностном, так и на социальном уровне, может накапливаться. Накопление успешного опыта социальных взаимодействий может использоваться далее как *некий социальный ресурс*, что особенно значимо в периоды резких социальных потрясений [7, с. 27]. Этот ресурс может выполнять крайне важную *компенсаторную функцию* в общественных изменениях. Ф. Вельтер, Т. Каутонен, А. Чепуренко, Е. Мальева отмечают также и *комплементарную* функцию, которую выполняет доверие в организационных отношениях [5]. Она состоит в том, что доверие дополняет существующие формализованные и правовые регуляторы отношений между деловыми партнерами и членами организаций. В исследовании психологии

изолированных групп В.И. Лебедев также отмечает, что возможность доверительного общения выступает необходимым дополнением к формальной структуре такой группы [18, с. 313–314]. Можно отметить, что эта функция доверия значима и на уровне общества.

В свою очередь, Д.М. Данкин, рассматривая *функции доверия в обществе*, указывает, что доверие осуществляет *редукцию* сложности отношения к окружающему миру к более простому отношению степени доверия/недоверия [10]. По его мнению, выполняя эту функцию доверие, повышает *адаптивность* к окружающей среде, *экономит* ресурсы социальной системы, *расширяет спектр* возможностей ее взаимодействия с другими системами. Т.е. доверие выполняет функцию *оптимизации* взаимодействия. Кроме того, доверие *упорядочивает* и *закрепляет* в общественном сознании и культуре определенные установки и оценки, императивы и запреты, цели и проекты. Доверие объединяет социальные группы, отсутствие его — разъединяет. По мнению А.М. Данкина, доверие также выполняет функцию *репродуцирования, самовоспроизводства*: установившееся доверие (взаимодоверие) позволяет на своей основе развивать дальнейшие отношения, каждый раз воспроизводя сложившийся уровень доверия или повышая его [10, с. 60–66].

Вслед за другими авторами И.В. Антоненко выделяет следующие функции доверия: функция *обеспечения эффективной деятельности*; *интегрирующая* функция обеспечивает социальную интеграцию на различных уровнях общества; *коммуникативная* функция обеспечивает определенный уровень коммуникации индивидов и социальных групп в соответствии с достигнутым уровнем доверия; *интерактивная* функция доверия аналогичным образом обеспечивает взаимодействие; *перцептивная* функция определяется тем, что существующий уровень доверия формирует определенную перцептивную установку на восприятие некоторой ситуации; *редуцирующая* функция сводит сложную систему отношений к одному отношению — величине актуального доверия; *управленческая* функция проявляется в использовании доверия как управленческого ресурса; *предсказательная* функция заключается в возможности определенного прогноза в развитии взаимодействия сторон в зависимости от проявляемого или достигнутого уровня доверия; *ориентирующая* функция обеспечивает основу для выработки других отношений; *эффективизирующая* функция делает отношения более эффективными; *стабилизирующая* функция составляет основу стабильности отношений; *психологическая* функция снижает уровень напряженности и стресса в отношениях [2].

Анализ работ Ф. Фукуямы позволяет выделить еще три основополагающие социально-психологические функции общественного доверия [31]. Доверие как основа социального капитала (системы связей и отношений) выполняет функцию *воспроизводства социальной структуры*. Кроме того, нравственная основа доверия позволяет также сделать заключение, что доверие есть награда со стороны общества за этическое поведение и соблюдение социальных норм отдельными его членами, а недоверие — наказание за их нарушение. Таким образом, доверие и недоверие выполняют функцию *поддержания моральных основ и социальных норм*. И, наконец, доверие как проявление спонтанной социальности выполняет функцию *обеспечения самоорганизации общества*.

Следует отметить, что при анализе функций доверия чаще подчеркиваются их позитивные последствия для жизнедеятельности субъекта, а при анализе функций недоверия — негативные. Анализ *доверия и недоверия* как самостоятельных феноменов, выполненный на основе ряда специальных работ и собственных исследований автора, позволяет заключить, что они осуществляют *ряд сходных функций* — регулируют отношения с окружающим миром, формируют и воспроизводят социально-психологическое пространство человека и др. Некоторые виды и формы доверия, так же как и недоверия могут приводить к негативным последствиям, выполняя таким образом общие *деструктивные функции* в регуляции сознания и поведения субъекта. В то же время можно выделить *функции, специфичные для доверия и недоверия*. Благодаря доверию субъект вступает во взаимодействие с миром, познает и преобразует его и себя. Таким образом, именно доверие создает условия для *развития* субъекта в ходе обмена. Недоверие же способствует *сохранению* субъекта и его социально-психологического пространства. В этом проявляется его защитная функция. Специфичность функций различных видов доверия и недоверия можно продемонстрировать на примере ряда хорошо известных феноменов.

**Функциональные особенности отдельных видов доверия и недоверия.** Из всего многообразия существующих форм доверия и недоверия остановимся на тех, которые позволяют наиболее наглядно проиллюстрировать их функциональные особенности (таблица 1).

Отсутствие на сегодняшний день специальных исследований, посвященных большинству видов доверия и недоверия, представленных в таблице 1, определило то, что названия, функции и основания многих из них являются авторскими и могут восприниматься как спорные. Проведенный анализ, являющийся первым этапом подобной

Таблица 1. Социально-психологические функции и основания некоторых видов доверия и недоверия

| Вид доверия/<br>недоверия  | Специфические основания и условия  | Специфические функции  |
|--|--|--|
| Базовое общечеловеческое (генерализованное, общественное) доверие              | Базовые человекообразующие свойства – потребность в общности и близости, «потребность в совместности» (А.Л. Журавлев), «органическая солидарность» (Э. Дюркгейм), «спонтанная социальность» (Ф. Фукуяма) | Основа совместной жизнедеятельности людей, поддержание моральных и социальных норм, обеспечение самоорганизации разных общностей, включая общество и т.д.  |
| Базовое (генерализованное) недоверие   | Базовая потребность в самосохранении, защите от нежелательного влияния, независимости  | Самосохранение, обособление, автономное развитие и существование и т.д.  |
| Собственно доверие   | Надежность, единство, приязнь, предсказуемость   | Формирование устойчивых позитивных отношений и обеспечение эффективного взаимодействия   |
| Собственно недоверие   | Опасность, враждебность, ненадежность и т.д. как со стороны партнера, так и со стороны субъекта  | Дистанцирование, защита от нежелательных последствий взаимодействия  |
| Интуитивное доверие/<br>недоверие  | Интуитивные, эмоциональные оценки, стереотипы, предубеждения и т.п.  | Облегчение принятия решения в ситуации дефицита информации и времени   |
| Доверие неизвестным объектам   | Интерес к объекту, его новизна, непонятность, инаковость   | Познание мира, социальный обмен, самопознание, поиск новых и острых ощущений   |
| Традиционное, клановое доверие/недоверие (доверие «своим» и недоверие «чужим») | Наличие признаков «своего» или «чужого»  | Сохранение и воспроизводство структуры и социально-психологического пространства своей группы, демонстрация чужаку ее границ, а также прецедентов дозволенного и недозволенного, создание благоприятных условий жизнедеятельности для «своих», укрепление и выражение позитивной групповой идентичности, выход агрессивности и др. |





систематизации, может стать основой научной дискуссии и должен быть продолжен как на теоретическом уровне, так и в ходе эмпирических исследований.

Анализ исследований показывает, что существуют различные точки зрения на роль доверия и недоверия в жизнедеятельности личности, группы и общества. Широкое распространение получил подход к доверию как к оптимистическому ожиданию личности или группой некоего блага (чаще всего взаимного) в результате взаимодействия [2, 53]. Однако эта характеристика свойственна отнюдь не всем видам доверия. Обеспечение эффективности деятельности и формирование устойчивых позитивных отношений являются основными функциями доверия между хорошо знакомыми, тесно взаимодействующими субъектами. Доверие в этом случае возникает в результате взаимного оценивания качеств партнеров, в первую очередь, нравственности, надежности, единства, открытости. Основаниями для недоверия выступают: безразличность, ненадежность, скрытность, зависимость, конфликтность и др. Эти виды персонафицированного отношения могут быть определены как *собственно доверие* и *собственно недоверие*.

Однако получение субъектом личного «выигрыша» не может выступать целью *базового общечеловеческого (генерализованного, общественного) доверия*, которое предполагает *проявление субъектом позитивного отношения к другим без ожидания адекватного вознаграждения лично для себя, а лишь «пользы» для социума*. Многими авторами признается, что общественное (генерализованное) доверие поддерживается поступками, которые не связаны с ожиданиями ответного поведения. Так, в любом обществе существуют нормы помогать слабым, больным, неимущим и т.д., не ожидая от них ответных действий [25, 31]. Таким образом, основные функции общественного доверия — *обеспечение самоорганизации общества и воспроизводство социальной структуры*. В этом плане анализ доверия тесно пересекается с дискуссией о природе альтруизма и нравственного поведения. В основе общечеловеческого доверия лежат базовые человекообразующие свойства — потребность в общности и близости, «потребность в совместности» (А.Л. Журавлев), «органическая солидарность» (Э. Дюркгейм), «спонтанная социальность» (Ф. Фукуяма). Этот вид доверия является *основой совместной жизнедеятельности людей, способствует поддержанию моральных и социальных норм*. Другие базовые потребности — в самосохранении, независимости, защите от нежелательного влияния и т.п. — определяют существование *базового общечеловеческого (генерализованного) недоверия*. Этот вид недоверия

соответственно выполняет функции *самосохранения, обособления, обеспечения автономного развития и существования как индивидуального так и группового субъекта.*

Для человека, определившегося с жизненными принципами, целями, ценностями, мотивами, идеалами, особо важной является задача *формирования социально-психологического пространства*, соответствующего его ценностно-смысловой и мотивационно-потребностной системе. Конструирование социально-психологического пространства включает оценивание и отбор личностью в социальном окружении людей и объектов, наиболее близких ей по своим принципам, ценностям и идеалам. Высокое доверие как поддержка людям, разделяющим их, служит одним из способов утверждения личностью собственной системы значимых ценностей, идеалов и представлений.

В этом случае доверие и недоверие выполняют инструментальную (служебную) функцию, выступая «маркерами» этого отбора и *выражением позиции по отношению к различным социальным категориям.* Самоопределяясь в окружающем мире, личность таким образом отстаивает те ценности и идеалы, которые считает для себя наиболее значимыми.

Сформированное социально-психологическое пространство требует от его создателя поддержания и защиты. Стремление к его сохранению приводит к тому, что доверие и недоверие начинают выполнять в жизни субъекта функции, прямо противоположные тем, которые они выполняли на предыдущем этапе самоопределения личности. Если ранее достойные доверия люди отбирались в близкий «круг» психологической дистанции, то теперь те, кто в него включен, наделяются доверием как «охранной грамотой». Им прощаются даже очевидные промахи и нарушения доверительных отношений. В то же время незнакомцы и «чужаки» априорно рассматриваются как подозрительные и не достойные доверия люди. Функцию *защиты и воспроизводства социально-психологического пространства* выполняет так называемое «слепое» доверие близким людям. Для него характерно отрицание и игнорирование (ради сохранения близкой психологической дистанции) доказательств того, что они не вполне достойны доверия. Для обозначения данного феномена используется специальное понятие — «самоподкрепление отношений» и его аналог, т.е. доверие «обслуживает», подкрепляет отношения близости.

Сохраняя и поддерживая близкие отношения личности, этот вид доверия также выполняет функцию *защиты Я-концепции*, системы наиболее значимых принципов и ценностей личности — «стержня» ее самоопределения [12]. Например, если значимым принципом для

личности является верность другу, то поддержание сложившихся отношений доверия становится самоцелью даже вопреки здравому смыслу. Возможен и еще один специфический вид отношения — *необоснованное недоверие самому близкому человеку*. Например, когда никаких порочащих партнера доказательств нет, однако риск в случае обмана, предательства крайне велик. В этом случае, не доверяя близкому человеку, субъект перестраховывается, чтобы не испытать жесточайшее разочарование, способное разрушить его Я. Таким образом, недоверие также выполняет эго-защитную функцию.

Особые социально-психологические функции выполняет феномен сочетания высокого доверия «своим» с явно выраженным недоверием «чужим». К его анализу обращались и продолжают обращаться многие исследователи [16, 21, 25, 29 и др.]. Следует отметить, что понятие «чужой» не обязательно предполагает враждебность с его стороны. В классической работе Г. Зиммеля показано, что «чужак» по своему значению не идентичен «врагу», однако опасения, которые он вызывает, могут быть более сильными, чем те, которые вызывает представитель враждебного сообщества [16]. Намерения нового и непонятного человека обычно являются тайной для членов группы. С одной стороны, «чужак» может оказаться скрытым противником — «троянским конем». С другой стороны, он может быть носителем позитивных качеств, полезных группе. Но этим «чужак» представляет опасность для групповой структуры, сложившегося социально-психологического пространства и культуры группы. После прихода нового человека в них произойдут неконтролируемые изменения: он, возможно, «потеснит» некоторых членов группы, лишит занимаемого статуса и соответствующих привилегий. Такие перспективы закономерно вызовут настороженное отношение к любому, даже доброжелательно настроенному новому члену группы.

Таким образом, проявляя высокий уровень доверия «своим» в сочетании с высоким недоверием «чужим», субъект, во-первых, сохраняет и воспроизводит существующую структуру и социально-психологическое пространство своей группы; во-вторых, демонстрирует «чужаку» границы своей группы, а также пределы дозволенного и недозволенного в отношениях; в-третьих, создает более благоприятные условия жизнедеятельности для «своих»; в-четвертых, укрепляет позитивную групповую идентичность — «вот нашим-то доверять можно»; в-пятых, демонстрирует другим членам группы верность общим ценностям и нормам, т.е. свою групповую принадлежность; в-шестых, дает выход агрессивности; в-седьмых, снижает когнитивную сложность окружающего мира, облегчая

принятие решения и выбор поведения. По сравнению с описанным видом доверия/недоверия совсем иные функции выполняет *доверие новому и непонятному («чужому»)*. Во-первых, доверие «чужому» обеспечивает *возможность мирного сосуществования*. Кроме того, доверие «чужому» может определяться *потребностью в изменениях* и рассматриваться как *ресурс развития*.

Особые функции выполняют *доверие и недоверие при взаимодействии с «дальними»* — людьми и группами, не вступающими с субъектом в непосредственное взаимодействие. В этих условиях риск неблагоприятных последствий от контакта крайне низок, следовательно, невысокими является и недоверие. *Демонстрация доброй воли и потенциальной готовности к сотрудничеству* — вот роль, которую выполняет этот вид доверия. В данном случае «инаковость», «новизна» объекта является не ограничением, а стимулом к контакту. Не случайно часто отмечается, что доверие есть необходимое условие взаимодействия с миром и его познания. Следовательно, положение о том, что доверие и недоверие выполняют *функции социального познания*, является важным дополнением к уже названным функциям. Так, в наших эмпирических исследованиях в качестве основных критериев доверия другому человеку в числе прочих были выделены следующие личностные свойства: сила, активность, оптимизм, смелость, а также нравственность, широта интересов и организованность (глава 2). Само по себе их наличие сулит субъекту мало прямой выгоды, однако общение и взаимодействие с их носителем обещает быть интересным, а потенциальная совместная деятельность — успешной. Не случайно, по Э. Эриксону, важнейшим новообразованием на первой стадии психосоциального развития личности является автономность [40]. Автономность, независимость личности открывает возможность, в первую очередь, *познания мира*. На этой стадии «планка» доверия может быть довольно низка, несформированными являются критерии и основания доверия. Так, дети и молодые люди, стремясь к освоению мира, доверяют всему новому и необычному. Критериями доверия для них выступают, в первую очередь, привлекательность, интересность и непонятность объекта.

Делая попытку обобщить ряд перечисленных функций, можно сказать, что в широком смысле одна из основных социально-психологических функций доверия и недоверия — *обеспечение социального и жизненного самоопределения субъекта*. Окружающие нас люди и группы, социально-психологические феномены и явления (мода, политические и научные теории, новые технологии, произведения культуры и искусства, образовательные и экологические программы)

могут не вступать с нами во взаимодействие, могут быть отдалены от нас пространственно и психологически, однако по отношению к ним мы можем испытывать как высокое доверие, так и сильное недоверие. При этом доверие и недоверие определяется не ожиданиями пользы или вреда, а скорее показателями дружелюбности, близости к нашим ценностям и интересам или, напротив, новизны, непонятности («инаковости»), чуждости и враждебности. Разумеется, в глобальном смысле эти явления могут затрагивать наши интересы, иногда не напрямую, а оказывая влияние на общую среду обитания или на сознание окружающих нас людей. Так, ценностные характеристики произведений массовой культуры, например, рекламы, могут оказывать нежелательное влияние на формирование ценностных ориентаций подрастающего поколения. Однако недоверие к ним может возникнуть еще до того как будет доказана их опасность или вред. Таким образом, доверие и недоверие выступают выражением определенного отношения субъекта к миру, человечеству, окружающей социальной среде, отдельным группам или людям, а также проявлением его позиции в системе ценностей и норм человеческого сообщества.

По мнению многих исследователей, основная цель самоопределения субъекта — поиск своего способа жизнедеятельности. Формируя доверительные отношения, служащие задачам самоопределения, личность *не стремится к получению какой-либо выгоды для себя, а напротив, нередко руководствуется альтруистическими мотивами*. Примером выражения подобной позиции субъекта является *альтруистическое доверие*, в частности, доверие сильного человека более слабому — «рука помощи». Другим примером является доверие потребителей отечественным производителям, основная задача которого — выразить поддержку российской экономике. Совершая альтруистичные поступки, самоопределяющийся субъект следует значимым для себя принципам и нормам, тем самым, в частности, подкрепляя и поддерживая собственное представление о справедливом устройстве мира. Таким образом, осознанное высокое доверие миру и окружающим людям является *выражением общей позитивной направленности, а также гуманистической жизненной позиции личности*.

Нередко недоверие является следствием предрассудков и предубеждений против определенных людей или групп. Для социально-ответственного человека демонстративное доверие к представителям «групп риска» может выступать способом борьбы с этими предрассудками. Таким образом, личность может своим поведением утверждать гуманистические ценности равенства, милосердия, справедливости.

Иллюстрацией является готовность некоторых людей доверять, например, человеку, осужденному за тяжелейшее преступление. Вербально выражаемая точка зрения: «Я доверяю потому, что считаю несправедливым, когда против одного человека выступает все общество» – может быть позицией священнослужителя, врача, адвоката, представителя государственных структур, благотворительных организаций и вообще любого доброго человека. Высокое *гуманистическое доверие* в данном случае не имеет под собой объективной основы (единство, надежность и т.д.). В нем проявляется позиция субъекта, а также стремление подать пример окружающим, увлечь их за собой, указать им путь в сторону гуманизации отношений в обществе. Доверие такого рода в наиболее общем понимании выполняет функцию, которую условно можно назвать «*миросозидательной*». В ее основе лежит *стремление сделать мир и окружающую людей лучше* – извечная идея и мечта всех прогрессивных людей с древнейших времен по настоящее время.

Можно выделить ряд видов доверия и недоверия, которые выполняют некоторые специфические инструментальные функции. Например, несколько форм *институционального доверия/недоверия* (ролевое, организационное, деловое и т.п.) выполняют те же функции, что и социальная категоризация в целом. В частности, они *упорядочивают, регламентируют и оптимизируют взаимодействие*. Кроме того, редуцируя сложнейшие межличностные и межгрупповые отношения к степени доверия/недоверия, они *снижают когнитивную сложность в состоянии неопределенности и облегчают принятие решения и т.д.* Эту же функцию в ситуации дефицита времени выполняют *интуитивное доверие и недоверие*.

Выше отмечалось, что доверие и недоверие могут выполнять *деструктивные функции* в регуляции сознания и поведения субъекта. В первую очередь это относится к *неискренним, обманным, манипулятивным видам*, например, псевдодоверию и псевдонедоверию. Кроме того, вполне искреннее, но *излишне высокое доверие* может снижать безопасность субъекта, а *излишне высокое недоверие* – осложнять взаимодействие, познание мира и, в конечном итоге, замедлять развитие. Таким образом, перечисленные выше позитивные эффекты и основные функции характерны для *оптимального соотношения, баланса доверия и недоверия* к одному и тому же объекту. Именно такое сочетание способно осуществлять еще одну важнейшую функцию, отмечаемую исследователями – функцию *гармонизации отношений* субъекта с окружающими людьми, миром и самим собой [28].

Анализ многообразия и разноплановости социально-психологи-

ческих функций доверия/недоверия приводит нас к неожиданному результату. Возможно, что *объективно обоснованные* (заслуженные) виды и формы доверия и недоверия, названные нами «*собственно доверие*» и «*собственно недоверие*» занимают в жизнедеятельности людей и общества не столь значительное место и играют в ее регуляции далеко не самую главную роль. Под «*собственно доверием*» и «*собственно недоверием*», как было сказано выше, мы понимаем отношение, построенное в результате проверки и оценивания людей и объектов окружающего мира как достойных, заслуживающих доверия или, напротив, как вызывающих недоверие. Рассмотренные функции этих феноменов позволяют сделать заключение, что для жизнедеятельности субъекта высокозначимыми являются также другие формы доверия и недоверия, имеющие иные основания, критерии формирования и функции.

Так, часто вполне искренние доверие и недоверие являются результатом проекции или приписывания субъектом определенных свойств партнеру или объекту окружающего мира. Посредством такого приписанного, объективно не заслуженного доверия/недоверия субъект выражает свое отношение к ценностно-смысловому значению различных объектов окружающего мира, к системе ценностей, норм, целей и мотивов отдельных людей и социальных групп. Например, такую функцию выполняет доверие в отношении к современной рекламе, рекламным персонажам и в отношении к идеальному женскому рекламному образу (глава 5). Кроме того, доверие и недоверие демонстрируют позицию субъекта, его статус и роль в социально-психологическом пространстве. И, наконец, нередко доверие и недоверие являются проявлениями направленности субъекта, его ориентации на достижение определенных целей. Примером такого отношения является гуманистическое и «миросозидательное» доверие опасным партнерам и объектам. Можно сказать, что во всех этих случаях доверие и недоверие выполняют служебную роль по отношению к самоопределению субъекта. Кроме того, наделяя признаками доверия окружающих людей, принадлежащих к определенным социальным категориям, субъект поддерживает и воспроизводит социальную структуру группы и общества. Эту функцию, в частности, выполняют такие виды отношения как доверие социальным ролям и ему подобные.

В заключение можно отметить, что анализ психологических функций различных видов доверия и недоверия является перспективным направлением исследований. Задачами будущих исследований могут выступать, в частности, следующие: группирование функций

доверия и недоверия, построение их иерархии; разработка типологии доверия и недоверия на основе реализуемых функций; эмпирические исследования функциональной регуляции жизнедеятельности личности и группы различные виды доверия и недоверия и др. Важным итогом проведенного анализа является концептуальное положение о том, что основания, критерии формирования, содержание доверия и недоверия в высокой степени определяются значимостью данных феноменов для конкретной сферы жизнедеятельности и ведущими функциями, которые они выполняют в регуляции этой сферы. Среди многочисленных детерминант, определяющих основания, критерии, содержание доверия и недоверия, особое место занимают социокультурные факторы.

## **Выводы по главе 1**

---

1. Теоретический анализ позволил определить место доверия и недоверия в системе психологических понятий. В различных исследованиях доверие рассматривается как ожидание, установка, отношение, состояние, чувство, процесс социального обмена и передачи информации и других значимых благ, личностное и групповое свойство. Исследователи также говорят о культуре доверия, нередко доверие понимается как компетенция субъекта и т.д. В определенных условиях доверие или недоверие рассматривается как общественное и групповое настроение, климат, социальная ситуация и социальная проблема.

Для социальной психологии наиболее перспективным является подход к доверию и недоверию как к *психологическому отношению*, а также как к *взаимоотношению партнеров*, формирующемуся на основе сопоставления взаимных оценок, установок, представлений и ожиданий. В ходе анализа соотношения близких феноменов показано, что доверие и недоверие может выступать одним из структурных компонентов, фактором и критерием формирования более общих социально-психологических феноменов, таких, в частности, как: отношение к миру, другим людям, себе; социально-психологическая дистанция; социально-психологическое пространство; самоопределение субъекта и др.

2. Содержание, критерии и социально-психологические функции доверия и недоверия культурно и исторически обусловлены. В качестве основополагающих *признаков доверия* современными исследователями выделяются эмоциональная близость, социальная



идентичность, обмен, моральные добродетели, ролевые ожидания, договорные обязательства. В качестве источников доверия рассматриваются базовые потребности человека в совместности, общности, а также социальные потребности в сотрудничестве, кооперации и т.д. По мнению ряда авторов, одним из основных признаков доверия выступает его безусловность. Анализ показал, что ожидание пользы от взаимодействия не является определяющим или первичным основанием доверия. Первооснова доверия — эмоционально-позитивное отношение, интерес и открытость субъекта по отношению к партнеру. Более «зрелая» форма доверия характеризуется также готовностью проявлять добрую волю в отношении партнера, и только затем следует ожидание справедливого и честного отношения.

Таким образом, собственная готовность к доверительным отношениям, осознание ответственности за их развитие — значимые составляющие доверия. В условиях высокой неопределенности и риска, характерных для современного социального, в том числе межкультурного взаимодействия, формируются особые виды доверия/недоверия. В таких условиях значимые друг для друга, заинтересованные в сотрудничестве и мирном сосуществовании, осознающие свою ответственность за развитие отношений партнеры признают необходимость мер предосторожности и контроля в потенциально опасных сферах и ситуациях взаимодействия повышенной неопределенности. Оптимальное соотношение доверия и недоверия — ответ общества на вызовы современности.

3. Проведенный анализ видов и типов доверия и недоверия позволил выявить следующие *основания их классификации*: объект, а также субъект доверия и недоверия (в ряде случаев субъект и объект доверия не идентифицируются, что характерно для институционального и генерализованного доверия); сферы приложения доверия и недоверия; формально-динамические характеристики доверия и недоверия; сочетание разного уровня отдельных видов доверия и недоверия (например, сочетание различной степени выраженности доверия и недоверия в отношении одного объекта, а также сочетание различных степеней доверия и недоверия личности миру, другим людям, себе и т.д.); основания и степень выраженности компонентов доверия и недоверия как психологического отношения; функции доверия и недоверия.

4. Анализ позволил описать некоторые специфические *типы доверия*, различающиеся своими основаниями, критериями и функциями. Так, все виды доверия, включающие ожидание блага, позитивные эмоциональные оценки и психологическую готовность

субъекта к нравственному поведению могут быть отнесены к категории «*подлинного, или искреннего, доверия*». Аналогично компонентами «*подлинного, или искреннего, недоверия*» являются: опасение зла, негативные оценки и готовность к прерыванию контакта и/или проявлению опережающей враждебности. Эти виды доверия и недоверия отличаются от «*неподлинных*» (*неискренних, ложных, обманных форм*), *являющихся имитацией этих отношений*, например, «псевдодоверия» и «псевдонедоверия», которые используются для введения в заблуждение и манипулирования партнером.

В свою очередь, многообразные феномены «подлинного» доверия и недоверия позволяют выделить в этой категории особый вид отношений, названный «собственным доверием» и «собственно недоверием». Под «*собственно доверием*» понимается отношение, построенное в результате проверки и объективного оценивания людей и объектов окружающего мира как достойных, заслуживающих доверия. Соответственно, «*собственно недоверие*» есть основанная на проверке объективная оценка людей и объектов окружающего мира как вызывающих недоверие. Оценивание и проверка партнера далеко не всегда имеют место при формировании доверия. Например, они не характерны для деперсонифицированных видов доверия: базового общечеловеческого (общественного, генерализованного) доверия, а также доверия социальным ролям, сетям и категориям и др., основная функция которого — сохранение и воспроизводство социальной структуры и социально-психологического пространства субъекта.

5. Доверие и недоверие выполняют широкий спектр значимых позитивных и негативных (деструктивных) *функций в регуляции жизнедеятельности* общества, социальных групп и отдельных людей. Их позитивная роль в наиболее общем виде состоит в том, что доверие и недоверие способствуют интеграции и гармонизации отношений человека с самим собой, окружающими людьми и миром в целом, обеспечивают сосуществование и взаимодействие с ними, регулируют межличностные, внутригрупповые и межгрупповые отношения. Анализируя негативные (деструктивные) функции доверия и недоверия в регуляции жизнедеятельности, следует отметить, что излишне высокое доверие может снижать безопасность субъекта, а излишне высокое недоверие — осложнять взаимодействие, познание мира и, в конечном итоге, замедлять развитие субъекта.

В качестве *основных* социально-психологических функций доверия и недоверия можно выделить следующие: познание и самопознание; обеспечение взаимодействия с миром и защиты от нежелательного влияния; обусловливание самоорганизации общества

(в том числе за счет поддержания моральных основ и социальных норм сотрудничества, взаимопомощи, поддержки, участия, согласия); формирование и воспроизводство социальных отношений и социальной структуры; самоопределение субъекта (проявление позиции субъекта по отношению к различным социальным категориям и объектам окружающего мира, выражение его самоотношения, стремления преобразовывать себя, других людей, окружающий мир, а также формирование, защита, воспроизводство социально-психологического пространства и Я-концепции личности и др.); оптимизация социального взаимодействия; обеспечение эмоционального комфорта (как следствия принятия, понимания со стороны других людей); психологическое облегчение (в результате самораскрытия); снижение уровня напряженности и стресса в отношениях (в том числе за счет проявления агрессивности в ситуации недоверия).

Наряду с основными, можно выделить *инструментальные* (обслуживающие) функции доверия и недоверия: активизации коммуникации и взаимодействия; редукции сложных отношений к разной степени доверия/недоверия (снижения когнитивной сложности в состоянии неопределенности, облегчения принятия решения и выбора норм поведения); групповой идентификации и дифференциации; перцептивную; а также предсказательную (прогностическую); стабилизирующую; компенсаторную (в ситуациях напряжения); комплиментарную (по отношению к формальным нормам и правилам). Доверие и недоверие также выполняют ряд функций, связанных с собственной регуляцией, в частности, репродукции и самовоспроизводства.

## Литература к главе 1

1. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие. Социально-психологические проблемы. М.: Изд-во МГУ, 1990.
2. Антоненко И.В. Доверие: социально-психологический феномен. М.: Социум; ГУУ, 2004. 320 с.
3. Антоненко И.В. Обзор исследований по проблеме доверия // Социальный психолог. 2003. № 1. С. 26–35.
4. Бубер М. Два образа веры. М.: ООО «Фирма «Изд-во АСТ», 1999.
5. Вельгер Ф., Каутонен Т., Чепуренко А., Мальева Е. Структуры управления сетевыми сообществами малых предприятий и роль доверия: германо-российское сопоставление // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 2. С. 13–36.

6. Веселов Ю.В. Проблема доверия // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 5–15.
7. Веселов Ю.В. Социологическая теория доверия // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 16–32.
8. Веселов Ю.В. Трансформация доверия в российском/советском обществе // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 109–134.
9. Галушко В.Г. Проблема соотношения веры и разума. Автореф. дис... канд. филос. наук СПб., 1994.
10. Данкин Д.М. Проблема политического доверия в международных отношениях. Дис...докт. полит. наук. М., 2000.
11. Журавлев А.Л. Психология управленческого взаимодействия (теоретические и прикладные проблемы). М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. 476 с.
12. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Самоопределение личности и группы в изменяющихся экономических условиях // Вестник Российского университета дружбы народов. 2006. №1 (3). С. 6–19.
13. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Некоторые виды социально-психологических пространств самоопределяющегося субъекта // Психология образования: культурно-исторические и социально-правовые аспекты: Материалы III Национальной научно-практической конференции. Т. 1. М., 2006. С. 180–181.
14. Журавлев А.Л., Сумарокова В.А. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные особенности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт Психологии РАН», 1998. С. 258–272.
15. Журавлева Л.А. Связь общительности личности и доверия к людям. Дис... канд. психол. наук. М., 2004.
16. Зиммель Г. Эссе о Чужаке // Социальное пространство: Междисциплинарные исследования: Реферативный сборник / Отв. ред. Л.В. Гирко М.: ИНИОН, 2003. С. 181–186.
17. Капусткина Е.В. Новое доверие в современной России: опыт эмпирического исследования // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 167–188.
18. Лебедев В.И. Психология и психопатология одиночества и групповой изоляции. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
19. Минина В.Н. Недоверие к государственным институтам в российском

- обществе // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 150–167.
20. Поршнев Б.Ф. Элементы социальной психологии // Проблемы общественной психологии. М., 1965.
  21. Поршнев Б.Ф. Контрсуггестия и история (Элементарное социально-психологическое явление и его трансформации в развитии человечества) // История и психология. М.: Мысль, 1972.
  22. Переверзева И.А. Проблема доверия в сфере бизнеса // Иностранная психология. 2000. № 12. С. 84–93.
  23. Ромек В.Г. Уверенность в себе как социально-психологическая характеристика личности. Дис... канд. психол. наук. Ростов-на-Дону, 1997.
  24. Сафонов В.С. Особенности доверительного общения. Дис... канд. психол. наук. 1978.
  25. Селигмен А. Проблема доверия. М.: Идея-Пресс, 2002. 256 с.
  26. Синютин М.В. Доверие и капиталистическая глобализация: российские метаморфозы // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С.135–149.
  27. Скрипкина Т.П. Психология доверия (теоретико-эмпирический анализ). Ростов н/Д, 1997.
  28. Скрипкина Т.П. Психология доверия: Учебное пособие. М.: Изд. центр «Академия», 2000. 264 с.
  29. Стоянов К. Доверие и отчуждение: аспекты социологической концепции Г. Зиммеля // Экономика и социология доверия / Ред. Ю.В. Веселов. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 32–49.
  30. Франк С.Л. Духовные основы общества М., 1992.
  31. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: ООО «Из-во АСТ», 2004. 730 с.
  32. Хельман К.-У. Доверие к рынкам // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 75–88.
  33. Чернышев А.С. Роль развивающих социальных сред (социальных оазисов) в преодолении деформации личности современной молодежи // Психология образования: Проблемы и перспективы. Материалы Первой международной научно-практической конференции. М.: Смысл, 2004. С. 189–190.
  34. Чернышев А.С., Лунев Ю.А., Лобков Ю.Л., Сарычев С.В. Психологическая школа молодежных лидеров. М., 2005.
  35. Шихирев П.Н. Взаимное доверие как основа деловой этики // Доверие — ключ к успеху экономических реформ (материалы «Круглого стола»). М.: Институт экономики РАН, 1998. 208 с.

36. Шо Р.Б. Ключи к доверию в организации: Результативность, порядочность, проявление заботы. М.: Дело, 2000. 272 с.
37. Шрадер Х. Доверие, сети и социальный капитал // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 49–61.
38. Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект Пресс, 1996.
39. Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. 192с.
40. Эриксон Э. Детство и общество. М.: Изд. группа «Прогресс», 1996.
41. *Advances in Group Processes: Group Cohesion, Trust and Solidarity*. Vol.19 / Ed. S.R. Thye, E.J. Lawler. Oxford, England: Elsevier Science., 2002.
42. Barber B. *The Logic and Limits of Trust*. New Brunswick, NJ: Rutgers Univ. Press, 1983. 310 p.
43. Brewer M.B. Ethnocentrism and its role in interpersonal trust // *Scientific Inquiry and the Social Sciences* / Eds. M.B. Brewer, B.E. Collins, NY: Jossey-Bass, 1981. P. 345–359.
44. Brewer M.B. In-group favoritism: the subtle side of inter-group discrimination // *Codes of Conduct: Behavioral Research and Business Ethics* / Eds. D.M. Messick, A. Tenbrunsel. NY: Russell Sage Found, 1996. P. 160–171.
45. Bromiley P, Cummings L.L. Transaction costs in organizations with trust // *Research on Negotiation in Organizations* / Eds. R. Bies, R. Lewicki, B. Sheppard. Greenwich, CT: JAI, 1996. V. 5. P. 219–247.
46. Burt R., Knez M. Kinds of third-party effects on trust // *J. Ration. Soc.* 1995. V. 7. P. 255–292.
47. Chang E., Hussain F, Dillon T. *Trust and Reputation for Service-Oriented Environments: Technologies For Building Business Intelligence and Consumer Confidence*. Southern Gate Chichester, West Sussex England: John Wiley & Sons Inc. 2006. 374 p.
48. Cook K.S., Hardin R., Levi M. *Cooperation Without Trust? (Russell Sage Foundation Series on Trust)* // Russell Sage Foundation Publications, 2005.
49. *Creating Social Trust in Post-Socialist Transition* / Eds. K. Janos, B. Rothstein, S. Rose-Ackerman. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2004.
50. *Distrust (Russell Sage Foundation Series on Trust, Vol. 8)* / Ed. R. Hardin. Russell Sage Foundation Publications. 2004. 334 p.
51. Durkheim E. *Individualism and the Intellectuals* // *Emile Durkheim on Morality and Society* / Ed. R. Bellah. Chicago: University of Chicago Press, 1973.
52. Fine G., Holyfield L. Secrecy, trust and dangerous leisure: generating group cohesion in voluntary organizations // *Soc. Psychol. Q.* 1996. V.59.

- P. 22–38.
53. Hosmer L.T. Trust: the connecting link between organizational theory and philosophical ethics // *Academy of Management Review*. 1995. V. 20. Is. 2. P. 379–403.
  54. Insko C.A., Schopler J. Differential distrust of groups and individuals // *Inter-group Cognition and Intergroup Behavior* / Eds. C. Sedikides, J. Schopler, C. Insko. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1997. 469 p.
  55. Kramer R.M. Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions // *Annual Reviews Psychology*. 1999. V. 50. P. 569–598.
  56. Levis D., Weigert A.J. Social atomism, holism, and trust // *The sociological quarterly*. 1985. V. 26. Is. 4. P. 455–471.
  57. Lewicki R.J., Mcallister D.J., Bies R.J. Trust and distrust: New relationships and realities // *Academy of Management Review*. 1998. V. 23. Is. 3. P. 438–459.
  58. Lewicki R.J., Stevenson M., Bunker B.B. The three components of interpersonal trust: instrument development and differences across relationships // *The Ohio State University: WPS*. Feb. 1997.
  59. Luhmann N. Trust and power. Chichester, England: Wiley, 1979.
  60. March J.G., Olsen J.P. Democratic Governance. NY: Free Press, 1994.
  61. Miller G.J. Managerial dilemmas: The political economy of hierarchy. NY: Cambridge University Press, 1992.
  62. Molm L, Takashi N., Peterson G. Risk and Trust in Social Exchange: An Experimental Test of a Classical Proposition // *American Journal of Sociology*. 2000. V. 105. P. 1396–1427.
  63. Moom L., Cook K.S. Social Exchange and Exchange Networks // *Social Perspectives on Social Psychology*. Boston: Allyn and Bacon, 1995. P. 209–235.
  64. Möllering G. Trust: Reason, Routine, Reflexivity. Oxford: Elsevier, 2006. 230 p.
  65. Murnighan J.K., Malhotra D., Weber J.M. Paradoxes of Trust: Empirical and Theoretical Departures from a Traditional Model // *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches (The Russell Sage Foundation Series on Trust, V.7)* / Eds. R.M. Kramer, K.S. Cook. Russell Sage Foundation Publications, 2004. P. 293–326.
  66. Networks, Trust And Social Capital: Theoretical And Empirical Investigations From Europe / Ed. S.M. Koniordos. Burlington, VT: Ashgate Pub. Co., 2005. 294 p.
  67. Rempel J.K., Holmes J.G., Zanna M.P. Trust in close relationships // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1985, V. 49. Is. 1. P. 95–112.
  68. Ring P.S., Van de Ven A.H. Developmental process of cooperative

- interorganizational relationships // *Academy of Management Review*. 1994. V. 19. P. 90–118.
69. Robinson S.L. Trust and breach of the psychological contract // *Admin. Sci. Q.* 1996. V. 41. P. 574–599.
70. Rousseau D.M., Sitkin S.B., Burt R.S., Camerer C. Not so different after all: a cross-discipline view of trust // *Academy of Management Review*. 1998. V. 23. Is. 3. P. 393–404.
71. Slovic P. Perceived risk, trust, and democracy // *Risk Anal.* 1993. V. 13. P. 675–682.
72. Solomon R.C., Flores F. *Building Trust: In Business, Politics, Relationships, and Life*. 2003.
73. Special topic forum on trust in and between organizations // *Academy of Management Review*. 1998. V. 23. Is. 3. P. 387–620.
74. Sztompka P. Trust, distrust and two paradoxes of democracy // *European Journal of Social Theory*. 1998. V. 1. Is. 1. P. 412.
75. Sztompka P. *Trust: a sociological theory*. Cambridge: Cambridge university press, 1999.
76. *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches (The Russell Sage Foundation Series on Trust, V.7)* / Eds. R.M. Kramer, K.S. Cook. Russell Sage Foundation Publications, 2004.
77. *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. 429 p.
78. *Trust in Technology: A Socio-Technical Perspective (Computer Supported Cooperative Work)* / Eds. K. Clarke, G. Hardstone, M. Rouncefield, I. Sommerville. Kluwer Academic Publishers, 2006.
79. *Trust: Making and breaking cooperative relations* / Ed. D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988.
80. Weber L.R., Carter A.I. *Social Construction of Trust*. The Kluwer Academic. Plenum Publishers, 2002. 184 p.
81. Yamagishi T., Yamagishi M. Trust and commitment in the United States and Japan // *Motiv. Emot.* 1994. V. 18. P. 129–166.
82. Zand D.E. *The Leadership Triad: Knowledge, Trust, and Power*. NY: Oxford Univ. Press, 1997. 221 p.



## ГЛАВА 2

### **ДИАЛЕКТИКА ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ: СООТНОШЕНИЕ, ВЗАИМОВЛИЯНИЕ, ОСОБЕННОСТИ**

#### **Введение**

---

Представление о доверии и недоверии как об относительно автономных феноменах является сравнительно новой точкой зрения в психологии. Условность новизны такого подхода объясняется тем, что некоторые его основания были намечены в 50–70-е годы XX в. в работах М. Дойча, Ж. Меллингера, Б.Ф. Поршнева, У. Риды и др. [9, 10, 23, 42, 53]. Однако в последние десятилетия распространение получил более упрощенный подход к анализу соотношения доверия и недоверия, согласно которому эти феномены рассматриваются как противоположные, взаимоисключающие и тем самым взаимосвязанные [1, 12, 30, 40]. В то же время результаты исследований последних лет убедительно показывают, что доверие и недоверие как психологические феномены в высокой степени независимы друг от друга [6, 7, 15, 27, 36]. Последнее десятилетие характеризуется возрастающим интересом к недоверию как самостоятельному феномену и выполнением значительного числа работ по данной проблеме [2, 3, 8, 20, 21, 24, 27, 29, 31, 34–36, 38, 43, 45, 48, 51, 55, 58, 59, 61–63, 65]. Несмотря на это, пока еще в недостаточной степени определены признаки, факторы, функции, компоненты, а также условия возникновения и существования доверия и недоверия. Наиболее важной исследовательской задачей является поиск *признаков доверия и недоверия* — характеристик, позволяющих четко определить и разграничить данные феномены.

В ходе эмпирического исследования имплицитных представлений о доверии и недоверии, а также критериев и факторов доверия

личности другим людям были выявлены некоторые особенности этих феноменов. В исследовании приняли участие 165 человек — преимущественно студенты-психологи, получающие первое и второе высшее образование в возрасте от 20 до 35 лет, женщины составили 65%, мужчины — 35%. Исследование включало два основных этапа. На первом этапе анализировались имплицитные представления о доверии и недоверии личности. С этой целью были проведены 3 фокус-группы с предварительным опросом (N=65). Полученные результаты послужили основой для разработки авторской методики, предназначенной для определения критериев доверия и недоверия личности другим людям. Второй этап исследования включал опрос респондентов по предложенной методике (N=100).

## **2.1. Общие и отличительные характеристики доверия и недоверия**

---

**Общие признаки доверия и недоверия.** Большинство исследователей отмечает, что доверие возникает в условиях неопределенности, уязвимости, отсутствия контроля [30, 36, 40]. Кроме того, нередко доверие определяется как состояние открытости. Однако недоверие также возникает только при наличии всех перечисленных условий. Если нет открытости, уязвимости и неопределенности, то нет и опасений, связанных с ними, и, следовательно, нет оснований не только для доверия, но и для недоверия.

Важным положением современных исследований является утверждение о том, что доверие не всегда приносит благо, а недоверие — зло. Избыток доверия может иногда причинить значительный вред, а оптимальный уровень недоверия — существенную пользу [36, 41, 63]. В то же время большинство исследователей определяют доверие как уверенно позитивные или оптимистические ожидания относительно поведения другого, а недоверие как уверенно негативные ожидания [36, 41, 54 и др.]. Таким образом, эти авторы считают, что доверие касается ожиданий вещей, на которые надеются, а недоверие — ожиданий вещей, которых боятся.

По нашему мнению, далеко не всегда доверие представляет позитивные ожидания. Доверяя человеку, мы принимаем от него не только позитивные, но и негативные оценки собственного поведения, а также неприятные для нас, но справедливые поступки (например, наказание). Незаслуженная похвала в большей степени способна поколебать доверие, нежели неприятное, но обоснованное замечание. В свою очередь, и добро, идущее от человека, которому мы не доверя-

ем, становится основой для еще больших подозрений. Особенно если мы ничем не заслужили подобное хорошее отношение. Существуют мудрые изречения, раскрывающие истинное значение этого «блага»: «Бесплатный сыр бывает только в мышеловке», «Бойтесь данайцев, дары приносящих». Таким образом, можно выделить признаки, которые более надежно, нежели позитивные и негативные ожидания, позволяют развести доверие и недоверие. Таковыми, по нашему мнению, выступают ожидание пользы (признак доверия), в том числе в форме порицания, ограничения или наказания и ожидание вреда (признак недоверия), в том числе и в форме незаслуженного вознаграждения, лести, услужливости и т.д.

Наиболее близким по смыслу к фактору «ожидания пользы — опасение вреда» является дихотомия «ожидание добра — опасение зла». Не случайно, в философской традиции наиболее часто одним из основных признаков доверия выступает нравственное поведение. Доверие понимается как этическая категория, отражающая нравственные отношения между людьми [12, с. 45]. Б.А. Рутковским доверие рассматривается как нравственное понятие, выражающее такое отношение одной личности к другой, которое исходит из убежденности в ее добропорядочности, верности, ответственности, честности, правдивости [11]. Я. Янчев также понимает доверие как нравственное отношение [14]. С этой позиции противоположностью доверия является недоверие, понимаемое как состояние, в котором искренность и честность человека подвергаются сомнению [12, с. 47]. Однако такое противопоставление является верным далеко не всегда. Человек, которому мы не доверяем, может действовать согласно нормам морали, но его интересы и цели деятельности могут вступать в противоречие с нашими и потому вызывать закономерные опасения. В этом случае мы имеем дело с заслуживающим уважения противником.

Недоверие возникает и в случае, если второй участник взаимодействия не проявляет и даже не испытывает враждебности. Он может вообще не подозревать о существовании конфликта целей и интересов. Однако если этот конфликт очевиден для субъекта, если он испытывает зависть или враждебность и готов к соперничеству, то ожидание справедливой реакции на подобное отношение порождает недоверие к противной стороне. Готовность субъекта к вражде или конкуренции вызывает опережающее ожидание отмщения и порождает «превентивное» недоверие. Соперничество также как и недоверие нередко бывают неосознаваемыми. Не этим ли чаще всего объясняется немотивированное недоверие со стороны людей,

которым мы не сделали ничего плохого? Таким образом, поведение человека, которому мы не доверяем, может быть вполне честным и справедливым – просто мы с ним находимся «по разные стороны баррикад».

Попытка определить доверие как однозначное ожидание нравственного (справедливого, честного, ответственного) поведения, а недоверие как ожидание безнравственного поведения оказывается несостоятельной еще и по другой причине. Как показали результаты нашего эмпирического исследования, крайняя степень выраженности у оцениваемого человека некоторых нравственных качеств (гиперответственность, кристальная честность и т.д.) неоднозначно воспринимаются респондентами. Большинство считает эти характеристики важными основаниями доверия другому человеку. Но, по мнению части респондентов, такая бескомпромиссность и нечувствительность к контексту может привести к неприятным последствиям, особенно со стороны близкого человека, и поэтому вызывает недоверие к нему. Например, кристально честный человек в нравственно неоднозначной ситуации может не сохранить чужую тайну и в результате оцениваться как «предатель». Неоднозначность связи нравственности с доверием и безнравственности с недоверием можно представить в виде схемы. В таблице 1 представлены виды отношений, которые могут возникать при различных сочетаниях степени нравственности и безнравственности оцениваемого человека и самого доверителя.

Несмотря на упрощенность, таблица наглядно демонстрирует, что степень нравственности партнеров не является критерием, позволяющим однозначно и надежно разграничить понятия «доверие» и «недоверие». Таким образом, общность перечисленных выше признаков этих феноменов возвращает нас к вопросу о том, в чем же состоят главные различия доверия и недоверия?

**Основные признаки, дифференцирующие доверие и недоверие.** В работах отечественного историка и социального психолога Б.Ф. Поршнева предложены некоторые основания для разведения их содержания и происхождения [9, 10]. Отвергая представление о том, что доверие есть всего лишь отсутствие недоверия, Б.Ф. Поршнев отмечает, что эти явления могут существовать в один и тот же момент времени. Используя аналогию с законом обратной индукции возбуждения и торможения в физиологии высшей нервной деятельности, Б.Ф. Поршнев считает, что основанная на доверии суггестия, сила прямого влияния слова на психику, индуцирует (хоть и далеко не столь автоматически) ограждение, складывающееся из разных

**Таблица 1**

Виды доверия и недоверия при различных сочетаниях степени нравственности и безнравственности взаимодействующих субъектов

| Доверитель<br>Оцениваемый человек      | Нравственный человек  | Безнравственный человек   |
|--|---|---|
| Нравственный человек                   | <b>Доверие</b> –<br>желание и ожидание добра  | <b>Доверие</b> –<br>ожидание пользы   |
|  | <b>Недоверие</b> –<br>противоречие, конфликт интересов и целей – «честный поединок»       | <b>Недоверие</b> –<br>желание зла и опасение возмездия                                |
|  | <b>Недоверие</b> –<br>опасения, вызванные кристальной честностью и бескомпромиссностью    |   |
| Безнравственный человек                | <b>Недоверие</b> –<br>опасение потерь, зла  | <b>Недоверие</b> –<br>желание зла и опасение зла                                      |
|  | <b>Доверие</b> –<br>гуманная и гуманистическая позиция                                    | <b>Псевдодоверие</b> –<br>сообщничество, сговор                                       |
|  | <b>Доверие</b> –<br>ситуативно-обусловленное  |   |
| Человек с невыраженной нравственностью | <b>Доверие</b> –<br>общая установка на доверие  | <b>Недоверие</b> –<br>общая установка на недоверие                                    |
|  | <b>Недоверие</b> –<br>общая установка на недоверие  | <b>Условное доверие</b> –<br>избирательное доверие как следствие договора или расчета |
|  | <b>Доверие или Недоверие</b> –<br>ситуативно-обусловленное (наиболее вероятное отношение) |   |

психических механизмов [9, 10]. Выработка этих средств отпора совершается на протяжении всей истории человечества. Недоверие и есть первый феномен из серии этих охранительных психических антитедей. Понимая доверие как предрасположенность к внушению и зависимости от другого, Б.Ф. Поршнев отмечает, что «зависимость»

(суггестия) первичнее, материальнее, чем «внутренний мир» «одиночки» [10]. По мнению Б.Ф. Поршнева, недоверие есть отношение, формирующее внутренний мир человека — психическая независимость достигается противодействием зависимости. Таким образом, способность не доверять наряду со способностью доверять — онтогенетически и филогенетически одно из древнейших образований.

Подобный взгляд, по нашему мнению, способен расширить заложенные Э. Эриксонем и ставшие традиционными представления о формировании базисного доверия на ранних стадиях онтогенеза [13]. Можно высказать гипотезу, что базисное доверие (ощущение единства, тождественности с матерью) — это то, с чем ребенок входит в мир. Продолжая аналогию Б.Ф. Поршнева, следует предположить, что оно первичнее, чем ощущение независимости. Отделение от матери и одновременное вхождение в мир (открытость ему) нарушает привычный комфорт младенца в утробе матери, вызывает ряд неприятных ощущений, которые и формируют, в конечном итоге, чувство физических границ с матерью и окружающим миром. Постепенно ребенок научается находить источники приятных ощущений и избегать неприятных, т.е. *делать правильный выбор в пользу приближения и единства или в пользу избегания и враждебности*. За первым выбором стоит умение «впускать мир в себя» и «отпускать в мир свое». За вторым — способность защититься от неприятного внешнего воздействия. *Инстинкт самосохранения* (стремление защитить собственные границы от разрушающего воздействия), по своей сути, является проявлением базисного недоверия личности. Базисное недоверие — ощущение небезопасности окружающего мира и стремление к избеганию неприятных факторов среды возникает на ранних стадиях онтогенеза как закономерное следствие базисного доверия, с которым ребенок приходит в мир.

Таким образом, на начальном этапе развития личности формируются навыки в определенной пропорции доверять и не доверять миру. Это сочетание открытости миру и закрытости от него, по нашему мнению, и есть подлинная автономность, т.е. именно то новообразование, которое формируется на первой стадии психосоциального развития личности, названной Э. Эриксонем «краеугольным камнем жизнеспособности личности» [13]. Автономность человека, в числе других элементов, включает осознание им границ собственного Я, своего психологического пространства и границ окружающего мира. Опасения, связанные с вторжением окружающих людей в эти границы, а также опасения, связанные с нарушением субъектом границ окружающего мира и других людей, является основой недоверия.

Основанием доверия выступают ожидания пользы (добротного и справедливого отношения) от тех, кому личность открывает границы собственного психологического пространства, или тех, чьи границы она нарушает.

Анализ происхождения доверия и недоверия вплотную подводит нас к рассмотрению функций, которые выполняют эти явления в жизни субъекта. Их подробному анализу посвящен отдельный параграф. Здесь же отметим, что доверие и недоверие выполняют ряд сходных функций — регулируют отношения с окружающим миром, воспроизводят социально-психологическое пространство человека и др. В то же время можно выделить функции специфические, для доверия и недоверия. Благодаря доверию субъект вступает во взаимодействие с миром, познает и преобразует его и себя. Таким образом, именно доверие создает условия для *развития* субъекта в результате обмена. Недоверие же способствует *сохранению* субъекта и его социально-психологического пространства. В этом проявляется его защитная функция. Таким образом, еще одной характеристикой, способной развести доверие и недоверие является «ориентация на изменение и развитие в результате обмена — ориентация на сохранение и автономное развитие».

Динамический баланс доверия и недоверия личности есть результат влияния двух взаимосвязанных факторов: «притяжение — избегание» и «приятно — неприятно». Интересные объекты при сближении вызывают у ребенка разные ощущения и эмоции, формируя представление о приятном или неприятном (опасном). На следующих стадиях развития, наряду с фактором «приятно — неприятно», значимыми становятся также показатели «полезно — вредно», «плохо — хорошо», «нравственно — безнравственно». Эту группу факторов можно условно объединить под названием «ожидание добра — опасение зла». Значимость каждого из входящих в эту группу факторов для построения отношений доверия/недоверия определяется целым спектром личностных, социально-демографических, социокультурных, ситуативных и других детерминант.

Таким образом, наиболее значимыми факторами, по которым возможно развести феномены доверия и недоверия, мы считаем: «притяжение — избегание», «ожидание добра — опасение зла». Эти факторы являются в значительной степени взаимосвязанными и в предельном случае (под влиянием социальной ситуации, личностных особенностей и т.д.) они могут сливаться в единый фактор — «доверчивость — подозрительность (недоверчивость)». Именно этот частный случай и выступал основой теоретической модели, которая

долгие годы была наиболее принятой в психологии, — модели противопоставления и взаимоисключения доверия и недоверия. Можно видеть, что среди основных факторов доверия-недоверия имеются конативные, когнитивные и эмоциональные образования. Это позволяет сформулировать определение феноменов доверия и недоверия как психологического отношения с его традиционной структурой, включающей перечисленные компоненты.

Выше мы определили, что **доверие** как психологическое отношение включает интерес и уважение к объекту или партнеру; представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате взаимодействия с ним; эмоции от предвкушения их удовлетворения и позитивные эмоциональные оценки партнера; расслабленность и безусловную готовность проявлять по отношению к нему добрую волю, а также совершать определенные действия, способствующие успешному взаимодействию. В свою очередь, **недоверие** включает следующие основные элементы: осознание рисков; чувство опасности, страха в сочетании с негативными эмоциональными оценками партнера и возможных результатов взаимодействия; настороженность и напряженность, а также готовность прекратить контакт, ответить на агрессию или проявить опережающую враждебность — нанести «превентивный удар».

Важно отметить, что содержание и степень опасений (недоверия), как правило, не эквивалентны содержанию и уровню надежд (доверия). Известно, что удовольствие от выигрыша всегда ниже, чем огорчение от проигрыша [5]. Этот феномен достаточно хорошо исследован и объясняется тем, что теряем мы нечто уже принадлежащее нам — «свое», а приобретаем то, что еще не включено в это понятие. Поэтому количественно эквивалентные приобретения и потери имеют различную психологическую значимость. Однако в отношениях доверия и недоверия существует еще один важный аспект. То, что мы теряем, зачастую не является даже по объективным оценкам эквивалентом того, что мы рассчитываем приобрести в результате взаимодействия, — предмет доверия неэквивалентен предмету недоверия.

Пояснить сказанное можно на следующем примере. Так, для многих людей аргументами в пользу брака являются ожидания понимания, любви, комфорта и т.д. (характеристика высокого доверия). У других людей ожидания перечисленных ценностей в семейной жизни не высоки, и это не вызывает у них особого беспокойства (среднее или низкое доверие). Однако, если брак окажется неудачным, потери окажутся более существенными. Утраченными могут оказаться вера



в людей, надежды на будущее, круг общения, социальный статус, материальные блага. Субъект, который заблаговременно задумывается над этим, испытывает высокое недоверие. Тот, кто почти не думает об этом — низкое недоверие. Эти особенности доверия и недоверия позволяют по-новому взглянуть на проблему способов и приемов формирования доверительных отношений. Как следует из сказанного, представляется бесполезным бороться с недоверием, увеличивая весомость выгод и благ, которые субъект может приобрести в результате доверия (самораскрытия). Снизить недоверие могут лишь некоторые гарантии (брачный контракт, сохранение отдельных кругов общения и т.д.). Точно так же скидки на билеты или повышение комфортабельности авиалайнеров не способны снизить недоверие к воздушному транспорту.

Таким образом, высокое доверие означает ожидание значительного блага, а низкое — невысокие ожидания. Высокое недоверие проявляется как страх многое потерять. Низкое недоверие характеризуется невыраженными опасениями. При этом *приобретения от оправдания доверия и потери в результате подтверждения недоверия в большинстве случаев ни качественно, ни количественно, ни тем более психологически не являются эквивалентными*. Если ожидания доверия не оправдаются, ничего страшного не произойдет — мы просто не получим «выигрыш». Если же подтвердятся ожидания недоверия, то, впусив на свою «территорию» опасного партнера, мы можем потерять нечто высокозначимое. Образно проблему доверия-недоверия можно представить как «дилемму мыши перед мышеловкой». В случае оправдания доверия она получает кусочек сыра, в случае же подтверждения недоверия — теряет жизнь. Предметом доверия выступает сыр, предметом недоверия (ставкой) — жизнь. Увеличение веса сыра повысит доверие, но снизить недоверие может только ржавчина на мышеловке или что-то подобное.

Высказанные выше предположения, несомненно, нуждаются в проверке. Нами было получено определенное их подтверждение в ходе эмпирических исследований феноменов доверия и недоверия другим людям, результаты которых представлены ниже. Так, некоторые выделенные факторы, определяющие различия между людьми в выборе критериев доверия и недоверия, согласуются с предложенной выше моделью базального доверия и недоверия. Это, в частности, факторы веры в силу добра, отношения к нравственности и безнравственности партнера, а также факторы настороженного отношения к внешним признакам неблагополучного человека или «чужака» (непонятного, неизвестного).

**Амбивалентность доверия и недоверия.** Еще одним вопросом, вызывающим интерес современных исследователей, является анализ условий, при которых возможно сосуществование доверия и недоверия в межличностных и организационных отношениях. В работе Р. Левицки, Д. Мак-Аллистера и Р. Биса отмечается, что доверие и недоверие не являются противоположными концами единого континуума [36]. Это означает, что субъекты способны одновременно доверять и не доверять друг другу. Основаниями подобного подхода эти авторы называют современные социально-психологические исследования *отделимости и одновременного существования позитивно-валентных и негативно-валентных аттитюдов* (Дж. Кациопо и Г. Бернтсон, Р. Пети, Д. Вегенер и Л. Фабригар) [19, 50]. Исследовательские данные относительно позитивных и негативных чувств показывают, что они существуют, скорее, как двухполюсные конструкты (М. Бурк с соавт., Д. Ватсон и А. Теллген) [18, 64]. По данным этих авторов, позитивная аффективность (например: радость, восторг, любовь, счастье) не антонимична высоконегативной аффективности (страдание, презрение, испуг, ненависть и т.д.).

Другие авторы сделали схожие находки, продемонстрировав отделимость позитивно-валентного и негативно-валентного конструктов, для оптимизма/пессимизма (М. Сталлингс с соавт.) [60], межрасовых аттитюдов (И. Катз и соавт., М. Патчен с соавт.) [32, 33, 49]. Существуют аналогичные эмпирические исследования некоторых феноменов, тесно связанных с доверием и недоверием. Так, в ряде работ (П. Нази с соавт; И. Катз и Р Хаас,) установлена возможность одновременного ожидания людьми выгоды и ущерба при взаимодействии [32, 46]. Дж. Пристер и Р. Пети, (1996) выявили в представлениях личности по отношению к одному и тому же человеку сосуществование чувств любви и ненависти [52]. На основании этих работ Р. Левицки, Д. Мак-Аллистер и Р. Бис делают заключение о том, что амбивалентность (двойственность) — обыкновена в человеческих отношениях [36]. Исследователи считают, что люди достаточно легко формируют амбивалентное представление о другом. Соответственно, амбивалентность доверия и недоверия по отношению к другому человеку также является для большинства людей понятной и естественной.

Кроме того, ряд исследователей показал, что по мере того, как межличностные отношения становятся ближе, по мере того, как социальный контекст отношений становится более комплексным и характеризуется перегрузкой информации, ролевыми конфликтами

и изменениями, вероятность двойственности убеждений, аттитюдов и ожиданий увеличивается (Л. Косер, Г. Зиммель, П. Манчини, С. Отнес с соавт.) [22, 39, 47, 57]. В условиях, где сложность, неуверенность и ролевые конфликты обыкновенны, где межличностные отношения формируются постепенно и многоаспектны по природе, существует высокий потенциал для *одновременного усиления доверия и недоверия*. Основой такого понимания является допущение о *многомерности и имманентной противоречивости комплексных отношений между людьми* в противовес более ранним представлениям о одномерности и балансе отношений [36].

Сложные (мультиплексные) отношения существуют там, где представлена более чем одна взаимосвязь (Р. Фаррас с соавт., П. Монге и Р. Айсенберг) [25, 44]. Р. Левицки, Д. Мак-Аллистер и Р. Бис справедливо отмечают, что и доверие и недоверие могут одновременно существовать в рамках мультиплексных отношений [36]. Дж. Габарро рассматривает, как доверие эволюционирует от основанного на общем впечатлении (импрессионистского) и недифференцированного к более полно очерченному и дифференцированному по специфическим основаниям. Границы доверия и области, где доверие неуместно, становятся более четко определенными по мере того, как акцент смещается с вопроса: «Как сильно я доверяю?» к вопросу: – «В каких областях и каким образом я доверяю?» [26]. Б. Шепард отмечает, что чаще всего мотивы отношений партнеров могут быть охарактеризованы как частично конвергентные, частично дивергентные и частично несвязанные. Более того, отношения часто многоаспектны [56]. Все это порождает возможность того, что партнеры могут доверять друг другу в определенных отношениях, не доверять друг другу в других отношениях, а также не доверять друг другу временами.

По мнению Р. Левицки, Д. Мак-Аллистера и Р. Биса, *баланс и однородность в представлениях и ощущениях скорее временные и промежуточные состояния* [36]. Отношения взаимодействующих сторон находятся по большей степени в состояниях дисбаланса, неоднородности и сложности. Этим же характеризуется и процесс формирования отношений в зависимости от частоты взаимодействия, длительности, и разнообразия проблем, с которыми сталкиваются партнеры. Состояния баланса и устойчивости подобны однокадровому снимку динамического процесса трансформации отношений. В связи с этим уместно использовать термин «операционный уровень доверия» как показатель текущего состояния отношений в данном аспекте взаимодействия [36].

Важно отметить, что исследователи не всегда оценивают дис-

сонанс (несоответствие) в отношениях как нечто нежелательное. Р. Зайонц отмечает, что отношения между людьми имеют тенденцию изменения по направлению к оптимальному уровню психологической несовместимости (расхождению в убеждениях, мыслях, ощущениях, поведенциях) — промежуточному положению между низкой устойчивостью и излишней устойчивостью отношений [66]. Взаимосвязанные (часто не по своему желанию) стороны должны эффективно взаимодействовать и координировать действия вне зависимости от того, нравятся им это или нет. При таком комплексном понимании отношений вполне естественным выглядит сосуществование позитивных и негативных связей и оценок [36].

В отличие от Р. Левицки, Д. Мак-Аллистера и Р. Биса мы убеждены, что доверие и недоверие могут проявляться и сосуществовать в одних и тех же аспектах отношений между людьми. В частности, причиной может выступать наличие у оцениваемого человека противоречивых качеств. Так, основанием для доверия в деловых отношениях может выступать высокая компетентность партнера (которая создает уверенность, что он справится с задачей), а основанием столь же высокого недоверия могут выступать другие личностные особенности, например, неорганизованность (которая приведет к срыву сроков).

Кроме того, в ходе нашего эмпирического исследования установлено, что существуют качества личности, которые могут одновременно вызывать и доверие, и недоверие. В первую очередь это такие личностные свойства, как: сила, активность, смелость и оптимизм, а также слабость, различие интересов, гиперответственность и т.п. Ниже мы более подробно остановимся на анализе причин этого явления. Одной из них является тот факт, что сила, активность, смелость и т.д. могут принести значительную пользу в сотрудничестве, но становятся опасными, если являются качествами потенциального противника. Аналогично, слабость партнера по взаимодействию снижает доверие к нему, так как может негативно отразиться на результатах совместной деятельности, однако, она также сдерживает недоверие, поскольку является гарантией безопасности.

Существует еще одна причина усиления недоверия одновременно с ростом доверия. Дело в том, что с увеличением открытости партнеров возрастают связанные с ней риски (возможные негативные последствия обмана доверия). Действительно, чем социально и физически ближе партнеры по взаимодействию, тем они уязвимее друг для друга. Высокая оценка рисков, возникающих в результате открытости субъекта и партнера по взаимодействию, может приводить к росту недоверия. В таких отношениях недоверие в отличие от доверия

зачастую не имеет объективных оснований, так как не подтверждается какими-либо негативными фактами. Подобное необоснованное недоверие довольно типично для высокозначимых отношений и мало зависит от доказательств надежности партнера. Как уже отмечалось выше, снизить недоверие помогут только гарантии безопасности.

Например, в клановых сообществах нередко используются следующие приемы: ограничение доступа партнеров к полной информации друг о друге («меньше знаешь — крепче спишь»), или, напротив, наличие общих секретов («быть повязанными»). Снижает недоверие и жесткая взаимозависимость и взаимоответственность партнеров («круговая порука»). Более надежной гарантией может выступать только психологическая близость — наличие общего мировоззрения, системы ценностей, а также взаимное принятие, уважение и т.д. Подлинно глубокие отношения являются единственным в полной мере эффективным ограничителем недоверия в наиболее значимых сферах жизнедеятельности субъекта. Общность целей и интересов, хорошее знание партнера, уверенность в его высокой нравственности создают условия для преодоления амбивалентности отношений и формирования высокого доверия на фоне низкого недоверия. Однако этот тип отношений абсолютного и полного доверия нечасто встречается в реальной жизни и, как будет показано ниже, может иметь не только позитивные, но и негативные последствия.

**«Плюсы» и «минусы» доверия и недоверия.** В большинстве современных работ по проблеме доверия обосновываются преимущества доверительных отношений и отмечаются негативные последствия недоверия. Однако существует ряд специальных исследований (Р. Бис и Т. Трип; Р. Бис, Т. Трип и Р. Крамер; Р. Левицки, Д. Мак-Аллистер и Р. Бис; Н. Луманн), посвященных анализу негативных последствий для отношений и эффективности совместной деятельности, которые влечет за собой высокое доверие, и позитивного влияния на отношения умеренного недоверия [17, 18, 36, 37]. Опровергая представление о том, что больше доверия — однозначно лучше, Д. Мак-Аллистер называет это «вторым лицом доверия», или «темной стороной доверия». Он анализирует ситуации обмана доверия, а также влияние этого на дальнейшие отношения и на экономическую эффективность деятельности [41]. Ряд упомянутых работ содержит глубокий анализ представлений западных исследователей о последствиях однозначно высокого уровня доверия и преимуществах оптимального соотношения доверия и недоверия. Основываясь на результатах собственного эмпирического исследования, мы дополним этот анализ представлениями о позитивной роли

баланса доверия и недоверия в регуляции отношений.

Большинством современных авторов разделяется точка зрения о позитивном значении для взаимодействия различных субъектов высокого уровня доверия. Для исследователей также очевидны и «минусы» излишнего недоверия. Оно не только приводит к увеличению издержек взаимодействия, связанных с необходимостью гарантий и контроля, но ограничивает коммуникации, осложняет передачу информации, тем самым затрудняя и затягивая процессы принятия решений. Кроме того, даже когда недоверие в отношении партнеров имеет некоторые основания и оправдано, оно может утрироваться и инициировать параноидальное отношение (Р. Бис и Т. Трип, Р. Бис, Т. Трип и Р. Крамер) [17, 18]. Что приведет к общему игнорированию позитивной информации о партнере и переинтерпретации свидетельств того, что он заслуживает доверия. Ожидания вредительства и предательства не являются необычными во многих организациях. Параноидальные условия могут усиливаться, актуализировать тему мести, и приводить к пристальному контролю за лишенным доверия злоумышленником. С позиции недоверия, благожелательное или альтруистическое поведение подозреваемого человека может быть рассмотрено как очередное свидетельство его недобрых намерений, как попытка манипуляции, управления впечатлением и т.д. [17, 18, 36].

В то же время высокое и однозначное доверие может приводить к целому ряду негативных последствий. По мнению большинства авторов, основным минусом доверительных отношений является *злоупотребление доверием*. Оно может проходить в форме вероломства, когда открытость и уязвимость партнера используются для получения выгоды. В этом случае доверие будет безвозвратно утрачено, однако выигрыш может быть весьма значителен. Наиболее вероятно, что человек, не оправдавший доверия, был бы не в силах добиться его путем переговоров или в ходе честной борьбы. Возможен и другой вариант злоупотребления доверием, не связанный с обманом, но являющийся манипуляцией. Так, «пугая» недоверием, можно добиваться от партнера различных уступок и дополнительных благ в качестве доказательств дружбы и преданности.

Необходимо отметить также «минусы» доверия и для человека, которому собираются доверять. У него может отсутствовать желание выступать объектом доверия. Во-первых, потому, что доверие предполагает ответственность, которую он не готов взять на себя. Во-вторых, сокращение психологической дистанции не позволяет ему максимизировать собственный выигрыш от взаимодействия. В случае, если человек чувствует себя способным победить в усло-

виях соперничества при отсутствии доверия, т.е. имеет, по собственному мнению, высокие шансы на успех в ситуации соревнования, то в условиях доверия он более ограничен в выборе методов и средств воздействия. Поскольку, применив силу, хитрость или устрашение по отношению к человеку, который ему доверяет, он окажется предателем, обманщиком. А это для большинства людей, стремящихся сохранить самоуважение, является неприемлемым. Навязывание доверия для снижения неопределенности и обеспечения собственной безопасности является манипулятивным приемом: «Видишь, я тебе доверяю, и, значит, ты должен...». Можно сказать, что в *условиях доверия более сильный партнер проигрывает*. Поэтому далеко не все готовы принять высокий уровень доверия, навязываемый другими участниками взаимодействия. Если манипуляция доверием является взаимной, то такое псевдодоверие может быть опасной игрой — готовность каждой стороны нанести внезапный удар в условиях периодической демонстрации открытости, которую *игра в доверие* неизбежно предполагает. Рано или поздно одна из сторон воспользуется этой незащищенностью и нанесет удар.

Справедливости ради необходимо отметить, что не меньше негативных последствий таит в себе и *игра в недоверие*. Демонстрация неготовности доверять партнеру, который заинтересован в том, чтобы его заслужить, предполагает проявление им своих добрых намерений, надежности, предсказуемости и т.д. В то же время позиция «я ему не доверяю» позволяет субъекту быть более требовательным и нетерпимым к партнеру. Кроме того, эта позиция также позволяет не соблюдать по отношению к нему социальных норм. Поскольку, как мы уже отмечали выше, доверие и недоверие — это в первую очередь, готовность совершать или не совершать определенные действия, а также *соблюдать или не соблюдать социальные нормы в отношении объекта доверия или недоверия*.

Еще одним неприятным следствием высокого уровня доверия является тот факт, что *отсутствие контроля и конкуренции действует расслабляюще на взаимодействующие стороны*. Ошибки и упущения партнера в условиях излишнего доверия остаются незамеченными, перспективные возможности — нереализованными, имеющийся потенциал — нераскрытым. Таким образом, слишком высокий уровень доверия, даже при самых добрых намерениях сторон, снижает эффективность деятельности. При высоком уровне доверия возникают также ситуации, когда подозрительное поведение другого отмечается или интерпретируется в позитивном свете. По мнению Р. Левицки, Д. Мак-Аллистера и Р. Биса, это может служить оправданием усилий,

вложенных в формирование доверия. Мы считаем, что таким образом также может реализовываться одна их социально-психологических функций доверия — воспроизводство социально-психологического пространства личности. Для сохранения близких отношений необходимо иногда закрывать глаза на неблагоприятное поведение партнера.

Защитой от подобных негативных последствий излишнего и однозначного доверия выступают *ограничители доверия*, а также *динамический баланс доверия и недоверия*. Неслучайно рядом исследователей ставится вопрос анализа эффективности, функциональности и полезности недоверия. В большинстве работ речь идет об *институциональном недоверии*, т.е. о закрепленных в формальных и неформальных институциональных кодексах, правилах и нормах, ограничивающих свободный обмен информацией и другими ресурсами между взаимодействующими субъектами и предписывающих процедуры взаимного контроля и отчета, а также санкции в случае нарушения этих норм. Такое недоверие, в частности, может пониматься как центральный компонент стимулирования рациональности организации. В 1957 г. Г. Саймон доказал, что организации способны достигать уровня рациональности, который превосходит рациональность ее членов, создавая структуры и системы правил, усиливающие недоверие. В этой связи интересно высказывание Н. Луманна о том, что «в условиях современной среды доверие не может существовать отдельно от недоверия, и доверие не может возрасть отдельно от увеличения недоверия. Увеличение доверия или недоверия отдельно от увеличения другого компонента может причинить больше вреда, нежели пользы!» [37, с. 89]. Н. Луманн считает, что если мы надеемся повысить уровень доверия в обществе, то должны быть готовы также увеличить общие показатели недоверия. Он полагает, что недоверие может быть институционализировано в формальных организационных ролях (инспекторы контроля или аудиторы), позициях (супервайзеры), и санкциях (специфических наказаниях для различных нарушений). Н. Луманн приводит довод, что таким образом институционализированное недоверие допускает деперсонализацию недоверительной активности. Он считает, что формализованные процедуры взысканий за нарушения полезны, так как они определяют границы возможного наказания и, кроме того, обеспечивают возмещение убытков. Деперсонализация недоверия позволяет поддерживать достаточно высокий уровень доверия, моральный дух и комфортную психологическую атмосферу в организации. Это возможно потому, что выполнение институализированных



контрольных и отчетных процедур не воспринимается как подозрительность и слежка, а оценивается как добровольное и уважительное соблюдение норм корпоративной культуры.

Перспективным направлением исследований, по мнению Р. Левицки, Д. Мак-Аллистера и Р. Биса выступает анализ управления амбивалентностью доверия и недоверия в равностатусных организационных отношениях и взаимодействиях руководитель – подчиненный [36]. Члены организаций должны знать, не только когда доверять другим и в каких отношениях, но также когда внимательно следить за другими. Более того, члены организаций должны развивать способность управлять областями, в которых им доверяют и не доверяют другие. Р. Левицки, Д. Мак-Аллистер и Р. Бис настаивают на том, что функциональное сосуществование доверия и недоверия может быть центральным компонентом отношений в высокопроизводительных командах. Оно создает основания для эффективного принятия решений, гармоничного взаимодействия и координированного исполнения.

Можно отметить еще одно важное преимущество баланса доверия и недоверия в отношениях. Оптимальное соотношение доверия и недоверия, становясь нормой взаимодействия с окружающими, расширяет круг людей, организаций и социальных групп, с которыми субъект может вступать в контакт и чьей помощью он может воспользоваться. Р. Левицки, Д. Мак-Аллистер и Р. Бис приводят аргумент М. Грановетера о «силе слабых звеньев». Он основывается на представлении о том, что «те, с кем мы слабо связаны, с большей вероятностью возвращаются в иных кругах, нежели мы, и имеют доступ к неизвестной нам информации» [28, с. 1371]. Таким образом, отдаленные знакомства могут быть более полезны, нежели близкие компаньоны при управлении кризисами (получение работы, противодействие оппозиции и т.д.). В то же время те, с кем мы слабо связаны, вполне вероятно, имеют ценности и предпочтения, отличные от наших, что создает основание для частичного недоверия.

В заключение можно привести высказывание Р. Левицки, Д. Мак-Аллистера и Р. Биса о том, что неизбежны сложности как раз в тех отношениях, где возникает либо широкое доверие, либо такое же недоверие и где сдерживаются противоположные тенденции. Они оценивают это динамическое напряжение доверия и недоверия как продуктивное, оказывающее влияние в интересах обеих сторон и являющееся источником стабильности их отношений [36].

\* \* \*

Проведенный анализ основных признаков, функций, условий формирования и совместного существования доверия и недоверия подтверждает бесперспективность определения их как взаимоисключающих феноменов, являющихся противоположными полюсами единого континуума. Результаты обсуждения проблемы соотношения доверия и недоверия послужили концептуальной основой представленного ниже эмпирического исследования имплицитных представлений, критериев и факторов доверия и недоверия личности другим людям.

## **2.2. Имплицитные представления о доверии и недоверии личности другим людям<sup>1</sup>**

---

Вопросы, на которые письменно отвечали участники первого этапа исследования, были поставлены в открытой форме и направлены на определение следующих элементов имплицитных представлений: 1) характеристики человека, которому можно и нельзя доверять; 2) чувства, которые личность испытывает по отношению к человеку, которому доверяет и не доверяет; 3) ситуации, в которых проявляется доверие или недоверие; 4) способы завоевания доверия и преодоления недоверия; 5) типичные образцы поведения в ситуациях доверия и недоверия. После заполнения анкет проходило коллективное обсуждение каждого из перечисленных вопросов, а также вопроса о том, что представляют собой «доверие» и «недоверие» в наиболее общем виде.

В результате были выделены следующие представления респондентов о доверии и недоверии. Установлено, что характеристики человека, которому можно и которому нельзя доверять, существенно различаются. Для недоверия более значимы формально-динамические показатели (внешность, поведение, темперамент оцениваемого человека, принадлежность к определенной социальной группе и т.д.). Критериями доверия в большей степени выступают содержательные характеристики межличностных отношений и ценности оцениваемого человека (нравственные, интеллектуальные, волевые и коммуникативные качества; оптимизм; сходство интересов, жизненных целей и мировоззрения и т.д.). Данный вывод является центральным выводом первого этапа исследования.

---

<sup>1</sup> Параграф написан совместно с С.П. Табхаровой.

В отношении людей, которым респонденты доверяют и которым не доверяют, они испытывают, как правило, следующие *чувства*. К человеку, которому субъект доверяет, он относится с благодарностью, уважением; чувствует себя с ним уверенно, спокойно; по отношению к нему он дружелюбен, искренен, предан. В отношении человека, которому субъект не доверяет, он испытывает раздражение, ненависть, неприязнь, страх. Кроме того, субъект постоянно находится в ожидании подвоха, чувствует неуверенность.

Респонденты *готовы доверять* преимущественно в ситуациях, когда нуждаются в помощи и уверены в человеке. *Недоверие же проявляется* в ситуации совместной деятельности, взаимодействия с незнакомым человеком, а также при наличии негативного прошлого опыта. Оснований не доверять больше, чем доверять. По мнению респондентов, *доверие можно заслужить*, выручив человека в беде, оказав помощь, поддержку, сохранив тайну. Для того чтобы человеку можно было *не доверять*, достаточно, чтобы он обманул, не оказал помощь, накричал, нахамил. *Разрушают доверие* зависть, обман, предательство. *Устраняют недоверие* уступки, помощь, просьба о прощении. Таким образом, в ситуации обретения доверия и преодоления недоверия большую роль играет оказание помощи и поддержки. Однако большинство респондентов считают, что *ситуацию недоверия нельзя исправить* ничем. Подорвать доверие легче, чем заслужить его; легче, чем разрушить недоверие. Изменить ситуацию возможно только, если «предателю» удастся оправдаться, и человек, чье доверие было обмануто, сможет понять и принять его аргументы. В противном случае недоверие и подозрения сохранятся надолго.

Интересны ответы на вопрос о *типичном поведении в ситуациях доверия и недоверия*. По отношению к человеку, которому *доверяют*, респонденты ведут себя следующим образом: обращаются с просьбой; открываются; доверяют секреты; проявляют искренность; соблюдают нравственные нормы; ожидают взаимности в отношениях; проявляют готовность сделать что-либо для него; уступают в конфликте; предъявляют этому человеку более высокие требования, чем ругим, и т.д. Таким образом, видно, что доверие накладывает определенные обязательства на обе стороны, и многие респонденты считают необходимым не только ожидать каких-либо благ от объекта доверия, но, в первую очередь, вести себя нравственно и оказывать встречную поддержку. Таким образом, большинство людей *осознает собственную ответственность за построение и поддержание отношений доверия*.

В *ситуации недоверия* респонденты совершают следующие поступки: избегают контактов по деловым вопросам; уклоняются

от любого взаимодействия и общения; игнорируют партнера и стараются отдалиться; скрывают деловую и личную информацию; не обращаются с просьбой о помощи; не желают сотрудничать; не оказывают помощь сами; отказывают в просьбах. Из этого следует, что недоверие так же, как и доверие, оказывает влияние не только на ожидания субъекта, но и на его готовность совершать и не совершать определенные действия в адрес человека, которому он не доверяет. Важно также, что недоверие «генерализуется», т.е. распространяется на все аспекты совместной жизнедеятельности, а не только на те связи и отношения, в которых оно было подорвано. Последнее замечание не согласуется с точкой зрения Р. Левицки, Д. Мак-Аллистера и Р. Биса о том, что высокое недоверие в одних аспектах отношений может сочетаться с высоким доверием в других [36]. Наши данные говорят в пользу того, что в сознании большинства респондентов нет жесткого разграничения различных сфер отношений (профессиональных, управленческих, товарищеских, соседских и т.д.).

Участников опроса и фокус-групп просили также сформулировать сущность доверия и недоверия одним словом. *Недоверие* наиболее часто было определено как: ненадежность, несходство интересов, обман, предательство, отсутствие информации о партнере, непредсказуемость, невзаимность, непривлекательность, личная неприязнь, влияние стереотипов. В свою очередь, *доверие* понималось как: открытость, предсказуемость, надежность, спокойствие, взаимодействие, общение, результат опыта, совпадение интересов, привлекательность. Вместе с тем ряд респондентов отметил, что доверие — это манипуляция. Таким образом, на уровне имплицитных представлений существует понимание, что абсолютное доверие не всегда приносит пользу.

### **2.3. Критерии доверия и недоверия личности другим людям<sup>1</sup>**

---

Предметом второго этапа исследования выступали критерии доверия и недоверия другим людям, а также факторы, определяющие индивидуальные особенности критериев доверия и недоверия. В результате анализа отчетов респондентов, полученных на предыдущем этапе исследования, был составлен список, включающий 95 характеристик воспринимаемого человека. Характеристики вклю-

---

<sup>1</sup> Параграф написан совместно с С.П. Табхаровой.

чали нравственные, интеллектуальные, волевые, темпераментальные и характерологические личностные качества. Кроме того, они отражали особенности внешнего облика и поведения оцениваемого человека, его социально-групповую принадлежность, характер связей, взаимодействия, отношений с субъектом и др. В качестве предполагаемого критерия доверия/недоверия оценивалась степень совпадения жизненных позиций. Для этого предлагалось оценить значимость наличия у субъекта и другого человека общих, различных и противоположных по направленности целей, интересов и мировоззрения. Оценивалась также значимость принадлежности человека к другим социальным группам (в том числе профессиональным, национальным, демографическим и социально-экономическим), а также к враждебным социальным группам и группам иного социального происхождения.

Инструкция методики предлагала оценить по 5-балльной шкале значимость каждой характеристики из списка в качестве критериев доверия и недоверия. Вопросы формулировались следующим образом: «Для того чтобы я *не доверял* человеку, достаточно чтобы он был...» и «Для того чтобы я *доверял* человеку, достаточно чтобы он был...» При этом необходимо было определить верность каждого высказывания по отношению к трем категориям людей: незнакомый человек, знакомый человек, близкий человек. Для первой категории предлагался сокращенный список переменных. В него не были включены характеристики, которые нельзя оценить без близкого знакомства: интеллектуальные, нравственные, волевые, мировоззренческие.

В оба списка (предполагаемых критериев доверия и критериев недоверия) были включены пары антонимов, так как мы предполагали, что у различных людей критериями доверия могут выступать прямо противоположные качества: сила или слабость, красота или некрасивость, пассивность или активность, разговорчивость или молчаливость и т.д. Кроме того, в список был включен ряд синонимичных понятий, в частности, потому, что, как мы предположили, крайняя степень выраженности отдельных качеств может вызывать эффект, обратный по сравнению со средней степенью выраженности того же качества. Например, смелость может выступать критерием доверия, а рисковость — критерием недоверия. Или кристальная честность и гиперответственность могут в меньшей степени способствовать доверию, нежели искренность и ответственность. То же в отношении рациональности и расчетливости, разговорчивости и молчаливости, болтливости и неболтливости и т.д. Таким образом, мы получали возможность достаточно полно оценить избирательность индивиду-

альной системы критериев доверия и недоверия.

В результате частотного анализа полученных распределений ответов были выявлены критерии доверия и недоверия, признаваемые большей частью респондентов. В таблице 2 приведена в процентах доля респондентов, согласных с тем, что данный показатель выступает достаточным основанием для доверия или недоверия личности другим людям (оценки 4 или 5 баллов). Критерии доверия и недоверия, являющиеся антонимами, расположены в таблице в одной строке. Прочерки относятся к показателям, которые невозможно оценить по отношению к данной категории людей (незнакомый человек).

Наиболее значимыми **критериями доверия** выступают следующие общие свойства личности: сила, активность, оптимизм (веселость), смелость. К критериям доверия незнакомым людям их отнесли более 50% респондентов, доверия знакомым людям — более 60%, доверия близким людям — более 70%. Чрезвычайно значимыми являются нравственные качества: искренность, честность, терпимость, справедливость (в отношении различных категорий оцениваемых людей критериями доверия их считают от 51% до 84% респондентов). Критериями доверия выступают также: ум, образованность, авторитетность (до 75%). Высокозначимым является показатель широты интересов оцениваемого человека (до 76%). Важно, что многие критерии, выделенные в качестве основных в нашем исследовании, практически не упоминаются в существующих моделях доверия и не оцениваются имеющимися методическими приемами (таблица 2).

Кроме перечисленных, значимыми критериями доверия являются также следующие частные (дополнительные) свойства оцениваемого человека: открытость (до 82% по отдельным категориям оцениваемых людей), организованность (до 81%), вежливость (до 77%), стабильность (до 73%), находчивость (до 72%), независимость (до 71%), сдержанность (до 66%), участливость (до 65%), неболтливость (до 65%), неагрессивность (до 63%), рациональность (до 63%), спокойствие (до 62%), непосредственность (до 57%), скромность (до 54%) (таблица 2). Особая значимость этих показателей потребовала специального анализа, результаты которого будут представлены ниже.

Одни из наиболее значимых критериев доверия — показатели эмоциональной привлекательности оцениваемого человека (приятни): любимый (до 90%) и обаятельный (до 71%). Приятнь, хотя и не является основанием подлинного доверия, в качестве одной из шкал входит в ряд общеизвестных моделей доверия. Необходимо проверить, какое место занимают в полученной нами системе критериев другие признаваемые многими исследователями основания доверия, в час-

Оценка показателей в качестве критериев доверия и недоверия личности другим  
основанием для доверия или недоверия; жирностью выделены оценки,

| Показатель  | Недоверие<br>незнакомому<br>человеку | Недоверие<br>знакомому<br>человеку | Недоверие<br>близкому<br>человеку | Доверие<br>незнакомому<br>человеку | Доверие<br>знакомому<br>человеку | Доверие<br>близкому<br>человеку |
|---|--------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| 1   | 2                                    | 3                                  | 4                                 | 5                                  | 6                                | 7                               |
| Сильный   | 13                                   | 6                                  | 2                                 | <b>50</b>                          | <b>65</b>                        | <b>74</b>                       |
| Активный  | 18                                   | 7                                  | 3                                 | 49                                 | <b>60</b>                        | <b>70</b>                       |
| Оптимист (веселый)  | 15                                   | 4                                  | 3                                 | <b>54</b>                          | <b>69</b>                        | <b>80</b>                       |
| Смелый  | -                                    | 8                                  | 5                                 | -                                  | <b>65</b>                        | <b>70</b>                       |
| Любимый   | -                                    | 9                                  | 7                                 | -                                  | <b>73</b>                        | <b>90</b>                       |
| Надежный  | -                                    | -                                  | -                                 | -                                  | <b>83</b>                        | <b>92</b>                       |
| Помогающий мне  | -                                    | -                                  | -                                 | <b>57</b>                          | <b>71</b>                        | <b>83</b>                       |
| Полезный мне  | 24                                   | 13                                 | 6                                 | 33                                 | 45                               | <b>52</b>                       |
| Предсказуемый   | -                                    | -                                  | -                                 | -                                  | 33                               | 45                              |
| Имеющий широкий<br>круг интересов                                     | -                                    | 8                                  | 8                                 | -                                  | <b>66</b>                        | <b>76</b>                       |
| Воспринимающий мир<br>так же, как и я                                 | -                                    | 7                                  | 12                                | -                                  | <b>75</b>                        | <b>77</b>                       |
| С восприятием мира,<br>отличным от моего                              | -                                    | 24                                 | 15                                | -                                  | 25                               | 39                              |
| Имеющий близкие мне<br>интересы                                       | 14                                   | 5                                  | 3                                 | <b>55</b>                          | <b>72</b>                        | <b>74</b>                       |
| Имеющий интересы,<br>отличные от моих                                 | 33                                   | 24                                 | 13                                | 18                                 | 27                               | 35                              |
| Имеющий жизненные<br>цели как у меня                                  | -                                    | 10                                 | 10                                | -                                  | <b>64</b>                        | <b>70</b>                       |
| Имеющий цели жизни,<br>отличные от моих                               | -                                    | 18                                 | 35                                | -                                  | 17                               | 24                              |
|   |                                      |                                    |                                   |                                    |                                  |                                 |
| Принадлежащий<br>к другой социальной<br>или демографической<br>группе | 22                                   | 13                                 | 12                                | 20                                 | 24                               | 37                              |
| Другого<br>вероисповедания  | 16                                   | 6                                  | 2                                 | 26                                 | 30                               | 38                              |





| 1                               | 2  | 3  | 4  | 5         | 6         | 7         |
|---------------------------------|----|----|----|-----------|-----------|-----------|
| Другой национальности           | 18 | 2  | 9  | 20        | 27        | 41        |
| Богатый                         | 30 | 17 | 9  | 10        | 18        | 30        |
| Иного социального происхождения | 21 | 5  | 5  | 15        | 20        | 34        |
| Авторитетный                    | 20 | 7  | 9  | 47        | <b>56</b> | <b>64</b> |
| Очень умный                     | -  | 15 | 7  | -         | <b>54</b> | <b>64</b> |
| Образованный                    | 15 | 7  | 6  | <b>55</b> | <b>69</b> | <b>75</b> |
| Обаятельный                     | 15 | 8  | 5  | 46        | <b>62</b> | <b>71</b> |
| Открытый                        | 20 | 15 | 16 | <b>73</b> | <b>85</b> | <b>82</b> |
| Непосредственный                | -  | 15 | 26 | -         | 45        | <b>57</b> |
| Находчивый                      | -  | 12 | 4  | -         | <b>62</b> | <b>72</b> |
| Надеющийся только на себя       | -  | 26 | 15 | -         | 47        | <b>58</b> |
| Независимый                     | -  | 13 | 10 | -         | <b>65</b> | <b>71</b> |
|                                 |    |    |    |           |           |           |
| Организованный                  | -  | 6  | 8  | -         | <b>69</b> | <b>81</b> |
| Искренний                       | -  | 10 | 9  | -         | <b>81</b> | <b>84</b> |
| Кристалльно честный             | -  | 17 | 15 | -         | <b>53</b> | <b>69</b> |
| Бесхитростный                   | -  | 12 | 7  | -         | 38        | <b>48</b> |
| Борющийся за справедливость     | -  | 15 | 30 | -         | <b>51</b> | <b>56</b> |
| Терлимый к недостаткам людей    | -  | 6  | 7  | -         | <b>75</b> | <b>77</b> |
| Высоко ответственный            | -  | 28 | 19 | -         | 25        | 33        |
| Принципиальный                  | -  | 25 | 15 | -         | 40        | 45        |
| Вежливый                        | -  | 8  | 9  | <b>55</b> | <b>65</b> | <b>77</b> |
| Участливый                      | -  | 9  | 5  | 35        | <b>53</b> | <b>65</b> |
| Неболтливый                     | -  | 7  | 4  | 45        | <b>60</b> | <b>65</b> |
| Молчаливый                      | 29 | 19 | 14 | 15        | 22        | 30        |
| Разговорчивый                   | 35 | 20 | 8  | 36        | 43        | <b>61</b> |
| Очень спокойный (спокойный)     | 20 | 17 | 13 | 38        | <b>51</b> | <b>62</b> |

**Таблица 2** (продолжение)

| 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6         | 7         |
|--|----|----|----|----|-----------|-----------|
| Сдержанный                                       | 18 | 9  | 11 | 47 | <b>58</b> | <b>66</b> |
| Степенный  | 22 | 7  | 20 | 30 | 37        | <b>50</b> |
| Скромный   | -  | 10 | 4  | -  | <b>54</b> | <b>54</b> |
| Неагрессивный                                    | -  | -  | -  | 45 | <b>59</b> | <b>63</b> |
| Нелюбопытный                                     | 23 | 16 | 10 | 27 | 31        | 46        |
|  |    |    |    |    |           |           |
| Неконфликтный<br>(предпочитающий<br>компромиссы) | 23 | 16 | 9  | 40 | 45        | <b>53</b> |
|  |    |    |    |    |           |           |
| Любящий стабильность                             | -  | 12 | 10 | -  | <b>68</b> | <b>73</b> |
| Рисковый   | -  | 29 | 18 | -  | 35        | 40        |
| Рациональный                                     | -  | 19 | 8  | -  | <b>55</b> | <b>63</b> |
|  |    |    |    |    |           |           |
| Очень красивый                                   | 24 | 12 | 5  | 23 | 36        | 43        |
| Хорошо одетый                                    | 18 | 5  | 4  | 32 | 46        | <b>55</b> |
| Опрятный   | -  | -  | -  | 36 | 44        | <b>57</b> |
| Слишком опрятный                                 | 22 | 13 | 9  | 25 | 33        | 44        |

тности, надежность (поддержка), единство (тождество), предсказуемость. Правомерность критерия надежности признается подавляющим большинством респондентов (в доверии знакомому человеку – 83%, в доверии близкому человеку – 92%). К тому же фактору относится показатель «помогающий мне» (в доверии незнакомым людям – 57%, в доверии знакомому человеку – 71%, в доверии близкому человеку – 83%). Интересно, что показатель «полезный мне» является менее значимым по сравнению с двумя предыдущими. Т.е. важна реальная поддержка и помощь, а не гипотетическая их возможность. Высоко значимыми являются и показатели единства с оцениваемым человеком: общее восприятие мира (до 77%), близость интересов (до 74%) и жизненных целей (до 70%). Несколько неожиданной оказалась неоднозначность показателя «предсказуемый»: в доверии знакомому

Таблица 2 (продолжение)

человеку его считают критерием всего 33%, в доверии близкому человеку — 45%. Таким образом, значимость этого показателя на данном этапе исследования не нашла подтверждения (таблица 2).

За редким исключением значимость перечисленных критериев доверия — наибольшая в отношении к близкому человеку, несколько ниже — в отношении к знакомому и наиболее низкая — в отношении к незнакомому. Эти различия слабее всего выражены у показателей: открытый, искренний, надежный, терпимый. При анализе выделена группа характеристик, которые являются критериями доверия только в отношении одной категории людей — близких. Так, значимыми критериями для этой категории являются показатели: неконфликтный (предпочитающий компромиссы), степенный, разговорчивый,

надеющийся только на себя, опрятный и хорошо одетый.

Анализ **критериев недоверия** показал, что в качестве таковых выступают в первую очередь следующие показатели: лживый (от 79% до 93% для разных категорий оцениваемых людей); хитрый (до 87%), несправедливый (до 71%); ненадежный (до 85%); агрессивный (до 80%), болтливый (до 76%); принадлежащий к враждебной социальной группе (до 76%); конфликтующий с окружающими (до 74%); невежливый (до 72%); конкурирующий со мной (до 71%); скрытный (до 69%); неопрятный (до 68%); глупый (до 64%); безответственный (до 65%); непредсказуемый (до 59%); имеющий интересы, противоречащие моим (до 59%); неорганизованный (до 59%); зависимый от других (до 58%); развязный (до 57%); любопытный (до 57%); нелюбимый (до 51%). Следует отметить, что выделенные показатели отличаются по значимости при оценке разных категорий людей — незнакомых, знакомых и близких. Например, стабильно значимы для недоверия как знакомым, так и близким людям (у незнакомых людей эти качества оценить невозможно) показатели безнравственности и ненадежности. Большинство же перечисленных показателей значимы для недоверия незнакомому и знакомому человеку, но не являются критериями по отношению к близкому человеку. Однако из этого правила есть ряд интересных исключений. Так, мало зависит от степени знакомства и близости оцениваемого человека значимость такого критерия, как глупость (от 47 до 65% для разных категорий оцениваемых людей). В то же время есть показатели, которые выступают критериями недоверия только по отношению к близкому человеку, например, безответственность (65%). А вот показатели агрессивности (80%) и неопрятности (68%) являются критерием недоверия исключительно незнакомому человеку (таблица 2).

Сравнивая оценку значимости различных показателей для доверия и для недоверия, отчетливо видим, что имеется выраженная **асимметрия критериев доверия и недоверия** другим людям. Наблюдается явный «перекос» в сторону доверия. Во-первых, критериев доверия больше, во-вторых, они сохраняют свою значимость по отношению к большему числу категорий оцениваемых людей. Например, показатели силы, активности, смелости и оптимизма (веселости) выступают высокосignификантными критериями доверия. А их антонимы [слабость, пассивность, робость, пессимизм (угрюмость)] *критериями недоверия не являются*. Феномен асимметрии критериев доверия и недоверия говорит о преобладании у наших респондентов (как и у большинства людей) позитивного отношения к людям и окружающему миру.

«Перевес» в сторону доверия (по результатам сравнения значи-

мости для недоверия противоположных по смыслу понятий) выявлен у следующих показателей: сила, активность, оптимизм (веселость), смелость, близость интересов и жизненных целей, авторитетность, образованность, обаятельность, находчивость, организованность, терпимость, спокойствие, степенность, стабильность, рациональность, красота. Однако есть также и личностные характеристики, негативный полюс которых является критерием недоверия, а позитивный критерием доверия не является, т.е. по данным характеристикам имеется «перевес» в сторону недоверия. Это такие показатели, как: принадлежность к враждебной социальной группе, безответственность.

Вместе с тем можно выделить *симметричные* критерии доверия и недоверия, которые в полной мере можно называть **критериями доверия/недоверия** другим людям. К ним относятся следующие пары показателей: нравственность (в первую очередь — искренность, честность, справедливость) — безнравственность (лживость, несправедливость); надежность — ненадежность; открытость — скрытность; ум — глупость; независимость — зависимость; вежливость — невежливость; неболтливость — болтливость; скромность — хвастливость; неагрессивность — агрессивность; неконфликтность — конфликтность; сдержанность — развязность; опрятность — неопрятность (последняя пара показателей значима только по отношению к незнакомым людям).

Дополнительный анализ ряда приведенных в таблице характеристик (по Т-критерию Стьюдента для зависимых переменных) показывает, что многие из них у одних и тех же респондентов в отношении незнакомого человека выступают показателями недоверия, а в отношении с близкими людьми становятся критериями доверия. Такими качествами являются, в частности: слабость, различие интересов, необразованность, неавторитетность, ненаходчивость, зависимость от субъекта, иное социальное происхождение, бедность, богатство, гиперответственность, молчаливость, соревновательность, красавица, некрасивость, плохая одежда. В менее выраженной форме данная закономерность характерна и для основных критериев доверия. Так, от 4 до 18% респондентов считают, что сила, активность, смелость и оптимизм могут выступать критерием недоверия незнакомому и знакомому человеку. Такая *неоднозначность многих личностных характеристик* для оценки доверия-недоверия требует специального объяснения. Например, оценки незнакомого и знакомого человека как смелого, сильного, активного и т.д. могут внушать личности закономерное опасение: «А что если эта сила принадлежит врагу — человеку с иными ценностями, пересекающимися интересами и стремящемуся завладеть чем-либо, принадлежащим мне?» В то же время неод-

нозначность многих характеристик, описывающих любое отклонение от среднего (молчаливый), любое несходство с респондентом (иного социального происхождения) или человеческие слабости (слабый, робкий) выполняет важные функции в регуляции межгрупповых, межличностных и внутриличностных отношений. Например, это может быть связано с явлением ингруппового фаворитизма. В данном случае происходит процесс, обратный оцениванию человека как достойного или недостойного доверия, — потребность поддержания сложившейся социальной структуры требует позитивно оценивать членов своей группы за те же качества, за которые негативно оцениваются «чужаки». Кроме того, доверие «обслуживает», подкрепляет отношения близости, способствует сохранению социально-психологического пространства личности, а также выполняет функцию защиты Я-концепции, системы наиболее значимых отношений личности — «стержня» ее самоопределения [4]. По этим причинам *у одних и тех же респондентов одни и те же качества являются критериями доверия для близких людей и выступают критериями недоверия для далеких и чужих.*

Ряд показателей не получил однозначной оценки в качестве критериев доверия или недоверия по другой причине. Так, у респондентов отсутствует единое мнение при оценке, в частности, следующих показателей: пассивный, пессимист (угрюмый), рисковый, любопытный, слишком опрятный, полезный мне, принадлежащий к другой социальной группе, другого вероисповедания, другой национальности и др. Данные показатели выступают *критериями недоверия* для определенного значительного числа респондентов (до 40%). В то же время для примерно равного числа других респондентов они являются *критериями доверия*. Данные различия *определяются индивидуальными, групповыми (вероятно, и ситуативными) особенностями отношения к некоторым характеристикам оцениваемого человека*, например, отношением личности к представителям «чужих» социальных групп. Кроме того, использование данных характеристик в качестве критериев доверия или недоверия выполняет особые функции (в частности, выражает жизненную позицию личности) или проявляется в тех ситуациях, когда доверие/недоверие регулируется системой социальных (межгрупповых) отношений, а не особенностями доверия/недоверия личности.

Результаты частотного анализа позволили выделить основные характеристики оцениваемого человека, выступающие критериями доверия и недоверия личности другим людям. Однако полученные данные не позволяют судить о взаимосвязях между отдельными

характеристиками, а также о стоящих за этими взаимосвязями закономерностях построения личностной системы критериев доверия/недоверия другим людям. Восполнить этот пробел способны результаты факторного и корреляционного анализа.

#### 2.4. Факторы доверия и недоверия личности другим людям<sup>1</sup>

---

В результате факторного анализа по методу главных компонент были построены шесть факторных моделей. Три модели факторов недоверия, а также три модели факторов доверия различным категориям людей: незнакомому человеку, знакомому человеку и близкому человеку. Факторные структуры доверия и недоверия приведены в приложении 2 и в таблице 3. Интерпретация факторов позволяет оценить взаимосвязи и значимость для личности конкретных характеристик при оценке человека как достойного доверия или недоверия.

Полученные *факторы доверия* можно условно разделить на две большие группы: *факторы оценки позитивных перспектив* потенциального сотрудничества или взаимодействия (заинтересованность в доверии, ценность доверия, прогнозирование результата доверия); а также *факторы прогноза успешности построения доверительных отношений* (прогнозирование возможности и легкости/трудности процесса построения доверия). Последние подразделяются на факторы *субъектных свойств* (оценка собственных способностей и возможностей в построении доверительных отношений), *свойств партнера* (его готовность) и, наконец, характеристик самого процесса межличностного или межгруппового *взаимодействия* (различие интересов и позиций, влияние социальных стереотипов и т.д.). Условность деления заключается в том, что оценка особенностей другого человека и процесса построения доверия тесно связана с оценкой собственной компетентности в вопросах доверия. Связаны также процесс построения доверительных отношений и их результат. Аналогично *факторы недоверия* делятся на: *факторы оценки негативных последствий* взаимодействия (риски открытости) и *факторы прогноза успешности защиты* от них (прогнозирование возможности и легкости/трудности защиты от опасности). Для недоверия значимы как свойства самого субъекта и партнера по взаимодействию, так и особенности процесса взаимодействия.

---

<sup>1</sup> Параграф написан совместно с С.П. Табхаровой.





|  |     |            |            |     |            |     |
|--|-----|------------|------------|-----|------------|-----|
| Несходство интересов (скрытый); имеющий интересы, противоречащие моим; имеющий интересы, отличные от моих; имеющий жизненные цели, противоречащие моим; имеющий жизненные цели, отличные от моих; с восприятием мира, отличным от моего)   | 4,5 | 2,1        | 2,5        | 2,4 | 3,5        |     |
| Бескомпромиссная нравственность (гиперответственный; кристально честный; бесхитрый; борющийся за справедливость; терпимый к недостаткам других людей)  |     |            |            |     |            | 2,2 |
| Безнравственность (безответственный; лживый; беспринципный; хитрый; нетерпимый к людям; несправедливый; ненадежный)  |     |            | 2,9        | 3,8 | <b>8,7</b> |     |
| Помощь, поддержка (помогающий мне)   |     | 2,8        |            |     |            |     |
| Надежность (надежный; гиперответственный)  |     |            |            | 2,3 |            | 2,0 |
| Приязнь (любимый)  |     |            |            |     |            |     |
| Легкость общения и взаимодействия — оценка человека как расположенного и располагающего к общению и взаимодействию (очень спокойный; молчаливый; степенный; неболтливый; образованный; искренний; скромный; сдержанный)  |     |            | 2,6        |     | 3,1        | 2,8 |
| Трудность общения (невежливый; нелюбопытный; скрытый; необаятельный; неорганизованный; болтливый; импульсивный)  | 3,0 | <b>4,8</b> |            |     |            | 3,0 |
| Трудность взаимодействия — не располагающий к взаимодействию (суеливый; хвастливый; расчетливый; конкурирующий со мной; имеющий жизненные цели, как у меня; невежливый; агрессивный; беспринципный; помогающий мне; скрытый; любопытный; принадлежащий к другой социальной группе) | 2,6 | 4,1        | 2,4        | 2,4 | 2,7        |     |
| Уверенность (надеющийся на себя; принципиальный)   |     |            |            |     | 2,4        |     |
| Предсказуемость (предсказуемый)  |     |            |            | 2,1 |            |     |
| Непредсказуемость (непредсказуемый; лживый; хитрый)  |     |            | <b>7,8</b> |     |            |     |

Таблица 3 (Продолжение)

| 1   | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Внешние признаки благополучного человека (неопрятный; безучастный; некрасивый; угрюмый (пессимистичный); суетливый; плохо одетый; необаятельный; надеющийся на интуицию; неавторитетный; бедный)  | 4,0 | 2,2 |     | 2,6 |     |     |
|   |     | 3,1 | 3,6 | 2,8 | 2,4 | 4,3 |
| Внешние признаки «чужого» человека (принадлежащий к другой социальной группе; другой национальности; другого вероисповедания; иного социального происхождения; бедный; богатый; безответственный; несправедливый; имеющий жизненные цели, противоречащие моим; с восприятием мира, отличным от моего; принадлежащий к враждебной социальной группе) |     |     |     |     |     |     |
| Враждебность (принадлежащий к враждебной социальной группе; агрессивный)  | 3,2 |     |     |     |     |     |
| Конкурентность (любящий соревноваться; конкурирующий со мной; имеющий интересы, противоречащие моим)  | 2,3 | 2,3 |     |     |     |     |
|   |     | 3,3 |     | 4,7 |     | 2,1 |
| Конфликтность (конфликтующий с окружающими; глупый)   |     |     |     |     |     |     |
| Скрытое соперничество (любящий соревноваться; иного социального происхождения; имеющий интересы, противоречащие моим; очень красивый; богатый)  |     | 2,5 |     |     |     |     |

В целом анализ показал, что факторные структуры доверия и недоверия имеют много общего (таблица 3). В то же время выделен ряд факторов специфичных для доверия и для недоверия. Имеются особенности и у факторных структур доверия и недоверия по отношению к трем категориям людей (незнакомому, знакомому, близкому человеку). Так, например, выделено несколько факторов отношения к различным человеческим слабостям и недостаткам и только один фактор «веры в силу добра» в факторных структурах доверия и недоверия незнакомому человеку. По сравнению с ними в моделях доверия и недоверия знакомым и близким людям присутствуют также факторы отношения к положительным сторонам партнера по взаимодействию. Уловить подобные нюансы удалось во многом благодаря тому, что в списки переменных были включены показатели, соответствующие как позитивному, так и негативному полюсу каждой характеристики, а также как крайним, так и средним степеням выраженности каждого качества оцениваемого человека. Данный прием оправдал себя, поскольку позволил проследить асимметричность влияния на доверие или недоверие личности многих полярных черт партнера по взаимодействию, в частности: нравственности и безнравственности, силы и слабости, зависимости и независимости и др. Ниже мы проанализируем наиболее важные особенности факторных структур доверия и недоверия разным категориям людей. Но прежде проследим *общие для всех моделей закономерности*.

Анализ, проведенный на предыдущем этапе исследования, показал, что такие характеристики оцениваемого человека, как: надежность, поддержка, нравственность и приязнь, находятся в ряду наиболее значимых критериев доверия и недоверия. Сопоставление этих данных с полученными факторными моделями подтвердило общность оценок респондентов: соответствующие факторы объясняют относительно небольшой процент дисперсии (около 2–2,5% в разных моделях) (таблица 3). Особенности отношения к нравственности влияют только на доверие близкому человеку. При этом данный фактор определяет отношение к крайней степени выраженности нравственных качеств. Вероятно, некоторые респонденты считают непредусмотрительным полностью доверяться кристально честному, гиперответственному борцу за справедливость. Подавляющее же большинство участников исследования считают высокую нравственность другого человека лучшей гарантией доверия. Несколько большее влияние на критерии доверия и недоверия оказывает фактор отношения к полярным этическим характеристикам, таким, как безнравственность и ненадежность (8,7% в недоверии близкому

человеку).

Наибольший процент дисперсии в трех моделях из шести объясняет фактор «Смелость, обаяние, активность, сила» («Вера в силу добра»). Данный фактор оказывает влияние на значимость для формирования доверия или недоверия показателей оцениваемого человека, являющихся основными (общими) личностными свойствами: активности, силы, смелости, оптимизма. Набор этих показателей соответствует описанию личности, выступающей олицетворением «сил добра». Судя по всему, значимость перечисленных показателей в качестве критериев доверия и недоверия определяется общей установкой субъекта на доверие («базальным доверием» по Э. Эриксону или «верой в людей» М. Розенберга), а также другими наиболее общими факторами отношения человека к окружающим людям. По нашему убеждению, этот фактор в высокой степени связан с мотивацией личности (желанием вступать во взаимодействие и ценностью позитивного исхода последнего), а также с социальной компетентностью личности (уверенностью в своей способности при наличии доброй воли строить доверительные отношения с окружающими людьми).

Отношение к человеческим качествам, полярным по своей модальности переменным фактора «Вера в силу добра», образует отдельный фактор, характеризующий отношение личности к слабости и зависимости (в модели недоверия незнакомому человеку это два отдельных фактора). Наибольшие нагрузки по фактору «Слабость» имеют показатели: слабость, пассивность, робость, пессимизм, глупость и т.д., а по фактору «Зависимость»: зависимый от других, зависимый от меня. Это весьма значимые факторы доверия и недоверия. Наибольший процент различий определяется ими в доверии близкому человеку (самый мощный фактор), доверии незнакомому (второй по значимости) и недоверии всем трем категориям людей (второе или третье место по значимости). Влияние отношения к слабости и зависимости не проявляется только в одной факторной модели — доверия знакомому человеку (таблица 3).

Имеется еще несколько особенностей отношений со знакомым человеком, в частности, проявление влияния фактора «удачливость» для критериев недоверия и фактора «неудачливость» для критериев доверия. Отношение личности к этим характеристикам определяет ее решение о доверии или недоверии человеку, который на быденном языке называется удачливым, счастливчиком или же, напротив, невезучим, неудачником. Так, фактор «неудачливость» включает следующие характеристики: ненаходчивый, неавторитетный, робкий, пассивный, необразованный, импульсивный, необаятельный,

неорганизованный, некрасивый, угрюмый, скрытный, плохо одетый. Как следует из анализа характеристик фактора «удачливости», удачливый человек это: человек, надеющийся на интуицию, обаятельный, хорошо одетый, авторитетный, богатый, рискованный, разговорчивый, имеющий как близкие мне интересы, так и интересы, отличные от моих, активный, веселый, смелый и красивый.

Можно заметить, что содержание данного фактора очень близко к описанному выше фактору «Веры в силу добра». Однако в отношениях со знакомыми людьми большая заинтересованность в результатах взаимодействия предполагает проведение предварительного анализа не только силы, смелости и доброты, но и жизненной успешности партнера по взаимодействию. В то же время ограниченность информации создает риск ошибки и может компенсироваться фатализмом личности, а также ее убежденностью в справедливом устройстве мира и другими аналогичными представлениями. Например, верой в счастливую или несчастливую судьбу, удачу, победу добра над злом, т.е. в то, что удача должна быть на стороне добра (на стороне сильных, смелых, активных, добрых и оптимистичных людей). В целом можно сказать, что отношения со знакомым человеком являются в большей степени функциональными, чем отношения с другими категориями людей, поэтому для построения доверительных отношений наиболее значимы факторы, тесно связанные с эффективностью взаимодействия, в частности: удачливость, близость позиций и интересов, надежность, предсказуемость. Так, факторы «Предсказуемость» и «Непредсказуемость» выделены в моделях доверия и недоверия только по отношению к знакомому человеку (таблица 3).

Данные о том, что единство, тождество с партнером по взаимодействию является наиболее значимым критерием доверия, были подтверждены в результате частотного анализа. На данном этапе также был выделен фактор «Наличие близкой жизненной позиции», который объясняет наибольший процент дисперсии в отношениях со знакомыми людьми (таблица 3). Значимые факторные нагрузки выявлены у переменных, отражающих единство мировоззрения и поведения взаимодействующих субъектов. Для категории незнакомых людей данные характеристики не поддаются оценке (и не оценивались участниками исследования), а вот в отношениях с близкими людьми для подавляющего большинства респондентов они особо значимы как критерии доверия. Именно поэтому процент объясняемой дисперсии фактора «Наличие близкой жизненной позиции» значительно ниже по отношению к близкому человеку, чем к знакомому.

Важно проследить, насколько значимым является отношение

респондентов к отсутствию единства и наличию противоречий с оцениваемым человеком. Особенности отношения к человеку, имеющему иные и противоположные по направленности интересы, жизненные цели, восприятие мира, проявляются во влиянии фактора «Несходство интересов» на недоверие ко всем трем категориями людей и на доверие незнакомым и знакомым людям. Особый интерес представляют еще два фактора: «Внешние признаки неблагополучного человека» и «Внешние признаки «чужого» человека». Как показал частотный анализ, наши респонденты действительно различаются по тому, какую значимость они придают принадлежности к другой социальной группе (этнической, профессиональной, экономической, демографической и т.д.), а также признакам социального и душевного неблагополучия. Те, кто придает большое значение этим характеристикам как критериям доверия и недоверия, связывают их, как правило, с безответственностью, несправедливостью, враждебностью другого человека, наличием у него жизненных целей, противоречащих собственным. В этом проявляется настороженное отношение к «чужаку» данных респондентов. Мы предполагаем, что значимость данных характеристик для принятия решения о доверии или недоверии определяется фактором *«базального недоверия»* — *общего настороженного отношения личности к миру и другим людям*.

В выборке присутствуют также респонденты, которые, напротив, считают социальную и психологическую «удаленность», «инаковость» другого человека достаточным основанием для доверия ему. Выше мы объясняли это наличием особой жизненной позиции личности (например, гуманистической), а также развитыми социальными и коммуникативными навыками, которые позволяют уверенно строить доверительные отношения с «дальними» и «чужими» людьми. Для социально компетентных людей построение доверительных отношений с малознакомыми людьми является иногда более легкой задачей, чем построение доверия с близкими. В отношениях с близкими людьми коммуникативные навыки оказываются малозначимыми, здесь необходима постоянная душевная работа — поддержка, забота, понимание и т.д.

Существует и еще один фактор, связанный с оценкой различий между субъектом и партнером. В него вошли переменные, определяющие иное социальное происхождение, социальный статус, очень красивую внешность и другие показатели, говорящие о *неравенстве позиций* в социальной структуре общества. Чаще всего это неравенство в пользу оцениваемого человека. Фактор получил условное название «Скрытое соперничество» и является проявлением соперни-

чества (и, возможно, зависти) со стороны субъекта, т.е. выражает его собственную неготовность к построению доверительных отношений с оцениваемым человеком.

Ожидание же личностью конфронтации и соперничества со стороны другого человека проявляется в трех соответствующих факторах: «Конкурентность», «Враждебность» и «Конфликтность» (в некоторых моделях эти факторы объединяются). Все факторы, так или иначе связанные с соперничеством, конфликтностью и враждебностью, наиболее значимы в моделях доверия (таблица 3). Таким образом, враждебность, конкурентность и конфликтность усиливают недоверие личности другим людям. Влияние этих же факторов на доверие не столь однозначно для различных субъектов — есть те, у кого эти характеристики снижают доверие, а есть те, кто к ним не чувствителен.

Еще одна группа факторов — факторы отношения к легкости и трудности общения и трудности взаимодействия (таблица 3). Судя по их содержанию, личности не важно с чем связаны возникающие трудности взаимодействия или общения — определяются ли они особенностями интеллекта, темперамента, саморегуляции или же социально-групповой принадлежностью, безнравственностью и различием интересов. Главным является то, что если общение или взаимодействие представляет особую ценность (лично-обусловленную или ситуативную), то данные характеристики оцениваются как критерии доверия или недоверия личности другим людям. Эта особая ценность может определяться местом характеристик общения и взаимодействия в имплицитных теориях личности. Например, в представлениях личности спокойствие и неболтливость человека могут выступать индикаторами ума, а вежливость — показателем социальной нормативности, нравственности и чистоты помыслов (это подтверждается данными корреляционного анализа). Как и следовало ожидать, факторы «Легкость общения и взаимодействия», «Трудность общения» и «Трудность взаимодействия» наиболее значимы в недоверии незнакомому человеку. Они определяют оценку другого человека как расположенного (и располагающего) или нерасположенного (и нерасполагающего) к общению и взаимодействию. Посредством их личность оценивает легкость или трудность построения отношений с данным человеком.

Последний фактор, получивший название «Уверенность», характеризует отношение к человеку, надеющемуся на себя и принципиальному (таблица 3). Влияние этого фактора прослеживается только в одной модели — недоверие близкому человеку. Возможно,



это связано с тем, что близкие люди — единственная категория которым мы способны верить «безоглядно», т.е. без достаточных на то оснований и гарантий. В связи с этим велик риск обмана и разочарования. Гарантией выступает только уверенность этого человека в себе (доверие себе). Особенности отношения респондентов к человеку, высоко доверяющему самому себе, и определяют, по нашему мнению, дисперсию, объясняемую данным фактором.

Сопоставляя результаты частотных распределений критериев доверия/недоверия и результатов факторного анализа, можно увидеть интересные особенности роли различных характеристик воспринимаемого человека в регуляции отношений доверия/недоверия. В ходе частотного анализа были выделены основные критерии, составляющие «сущность» доверия — надежность, предсказуемость, нравственность и т.д., которые можно считать *прямыми критериями доверия*. Кроме них, имеется целый ряд характеристик, которые по результатам частотного распределения и факторного анализа играют значимую роль в регуляции отношений доверия, но являются *косвенными показателями доверия*. Такими показателями выступают в первую очередь: открытость, вежливость, стабильность и т.д. Например, при оценке незнакомого человека «открытость» имеет нагрузки в диапазоне от 0,20 до 0,50 по пяти факторам (Приложение 2). Это можно объяснить тем, что, во-первых, открытость облегчает познание незнакомого человека и позволяет оценить его намерения, доброту, темперамент и потенциальную полезность, а во-вторых, открытость есть мотивационная и поведенческая характеристика человека, в ней проявляется готовность человека к построению честных и доверительных отношений. Не случайно в результате корреляционного анализа установлено, что в имплицитных представлениях открытость ассоциируется с образом доброго позитивно настроенного человека, которому нечего скрывать (активного, сильного, неконфликтного, нравственного). Как следствие, «открытость» взаимосвязана с основными слагаемыми доверия — надежностью, предсказуемостью и приязнью.

В то же время в ряду высокозначимых косвенных критериев доверия и недоверия присутствуют характеристики человека, на первый взгляд, слабо связанные с данными феноменами. Для того чтобы оценить, в чем же заключается их особая роль, был проведен корреляционный анализ. В таблице 3 представлены значимые взаимосвязи критерия доверия «вежливость» с другими показателями доверия личности разным категориям оцениваемых людей.

**Таблица 4**

Значимые коэффициенты корреляции характеристики «вежливость» с показателями доверия другому человеку

| Характеристики         | Доверие<br>незнакомому<br>человеку | Доверие<br>знакомому<br>человеку | Доверие<br>близкому<br>человеку |
|------------------------|------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| 1                      | 2                                  | 3                                | 4                               |
| Опрятный               | 0,37                               | 0,39                             | 0,46                            |
| Неагрессивный          | 0,38                               | 0,41                             | 0,49                            |
| Слабый                 |                                    |                                  | 0,28                            |
| Молчаливый             | 0,22                               |                                  | 0,27                            |
| Пассивный              |                                    |                                  | 0,22                            |
| Открытый               | 0,48                               | 0,28                             | 0,24                            |
| Робкий                 | 0,28                               |                                  | 0,37                            |
| Импульсивный           | 0,37                               |                                  | 0,41                            |
| Неавторитетный         | 0,28                               |                                  | 0,27                            |
| Зависимый от меня      |                                    |                                  | 0,35                            |
| Полезный мне           | 0,29                               | 0,21                             | 0,39                            |
| Ненаходчивый           |                                    |                                  | 0,29                            |
| Необаятельный          |                                    |                                  | 0,25                            |
| Плохо одетый           |                                    |                                  | 0,38                            |
| Неорганизованный       | 0,26                               |                                  | 0,27                            |
| Некрасивый             |                                    |                                  | 0,37                            |
| Слишком опрятный       | 0,36                               | 0,29                             | 0,48                            |
| Очень спокойный        | 0,27                               |                                  | 0,42                            |
| Надеющийся на интуицию | 0,34                               |                                  | 0,25                            |
| Сильный                | 0,66                               | 0,40                             | 0,53                            |
| Разговорчивый          | 0,44                               | 0,32                             | 0,47                            |
| Степенный              | 0,37                               | 0,26                             | 0,34                            |
| Активный               | 0,60                               | 0,50                             | 0,61                            |
| Веселый                | 0,55                               | 0,43                             | 0,68                            |

Таблица 4 (продолжение)

| 1  | 2          | 3    | 4    |
|--|------------|------|------|
| Имеющий другие интересы                      | 0,38       | 0,37 | 0,44 |
| Имеющий интересы, совпадающие с моими        | 0,59       | 0,43 | 0,47 |
| Другого вероисповедания                      | 0,41       |      | 0,41 |
| Принадлежащий к другой социальной группе     | 0,42       | 0,23 | 0,39 |
| Принадлежащий к враждебной социальной группе | 0,27       |      |      |
| Предпочитающий компромиссы                   | 0,36       | 0,30 | 0,43 |
| Образованный                                 | 0,63       | 0,56 | 0,64 |
| Смелый                                       | 0,65       | 0,50 | 0,62 |
| Сдержанный                                   | 0,59       | 0,50 | 0,50 |
| Авторитетный                                 | 0,69       | 0,61 | 0,61 |
| Другой национальности                        | 0,45       | 0,28 | 0,42 |
| Обаятельный                                  | 0,71       | 0,58 | 0,68 |
| Неболтливый                                  | 0,57       | 0,42 | 0,40 |
| Хорошо одетый                                | 0,67       | 0,59 | 0,66 |
| Любящий соревноваться                        | 0,33       | 0,32 | 0,36 |
| Иного социального происхождения              | 0,33       | 0,26 | 0,42 |
| Участливый                                   | 0,65       | 0,50 | 0,50 |
| Очень красивый                               | 0,56       | 0,44 | 0,54 |
| Конфликтующий с окружающими                  | 0,23       |      | 0,27 |
| Богатый                                      | 0,48       | 0,35 | 0,42 |
| Бедный                                       | 0,42       | 0,20 | 0,39 |
| Помогающий мне                               | 0,37       | 0,33 | 0,41 |
| Скромный                                     | Не оценив. | 0,37 | 0,32 |
| Хитрый                                       | Не оценив. | 0,23 | 0,25 |
| Бесхитростный                                | Не оценив. | 0,44 | 0,35 |
| Находчивый                                   | Не оценив. | 0,63 | 0,59 |
| Очень умный                                  | Не оценив. | 0,42 | 0,32 |
| Непосредственный                             | Не оценив. | 0,33 | 0,41 |
| Надеющийся на себя                           | Не оценив. | 0,46 | 0,41 |
| Беспринципный                                | Не оценив. | 0,26 | 0,30 |

Таблица 4 (продолжение)

| 1   | 2          | 3    | 4    |
|---|------------|------|------|
| Имеющий жизненные цели, отличные от моих    | Не оценив. | 0,30 | 0,26 |
| Имеющий жизненные цели, противоречащие моим | Не оценив. | 0,37 | 0,31 |
| Имеющий жизненные цели, как у меня          | Не оценив. | 0,43 | 0,38 |
| Любящий стабильность                        | Не оценив. | 0,49 | 0,36 |
| Расчетливый                                 | Не оценив. | 0,38 | 0,36 |
| Рациональный                                | Не оценив. | 0,40 | 0,43 |
| Искренний                                   | Не оценив. | 0,36 | 0,40 |
| С восприятием мира, отличным от моего       | Не оценив. | 0,37 | 0,33 |
| Воспринимающий мир, как я                   | Не оценив. | 0,39 | 0,39 |
| Имеющий широкий кругозор                    | Не оценив. | 0,62 | 0,52 |
| Организованный                              | Не оценив. | 0,62 | 0,60 |
| Независимый                                 | Не оценив. | 0,52 | 0,43 |
| Рисковый                                    | Не оценив. | 0,32 | 0,37 |
| Кристалльно честный                         | Не оценив. | 0,36 | 0,35 |
| Терпимый                                    | Не оценив. | 0,32 | 0,43 |
| Борющийся за справедливость                 | Не оценив. | 0,44 | 0,44 |
| Надежный                                    | Не оценив. | 0,33 | 0,20 |
| Любимый                                     | Не оценив. | 0,34 | 0,20 |

Как видно из представленных данных, вежливость воспринимается не только как формально-динамическая характеристика общения, но и как высокая способность к саморегуляции, приверженность социальным нормам, высокая нравственность. Об этом позволяют судить корреляционные связи характеристики «вежливость» со следующими показателями: неагрессивный; сильный; разговорчивый; активный; веселый; имеющий интересы, совпадающие с моими; образованный; смелый; сдержанный; авторитетный; обаятельный; неболтливый; участливый; кристалльно честный; терпимый; борющийся за справедливость.

Главное же, о чем, по мнению респондентов, свидетельствует вежливость оцениваемого человека, — позиция партнера по отно-

шению к субъекту, выражающая позитивный настрой и готовность к взаимодействию (корреляции с показателями: помогающий мне; имеющий интересы, совпадающие с моими; полезный мне; предпочитающий компромиссы). При этом его мировоззрение может быть не близким субъекту (имеющий другие интересы; имеющий жизненные цели, отличные от моих; имеющий жизненные цели, противоречащие моим; с восприятием мира, отличным от моего; имеющий широкий кругозор). Однако интересы партнера, как правило, не противоречат интересам субъекта.

Вежливость часто связывается с принадлежностью к «чужой» социальной группе (корреляции с показателями: принадлежащий к другой социальной группе; принадлежащий к враждебной социальной группе; другой национальности; иного социального происхождения; богатый; бедный). Действительно, как правило, представитель «чужой» группы осознает настороженное к себе отношение. Для того чтобы завоевать доверие (преодолеть недоверие) он ведет себя подчеркнуто вежливо, что и является выражением его направленности на мирное сосуществование или конструктивное взаимодействие.

Интересны взаимосвязи характеристики «вежливый» при оценке доверия близкому человеку. Сохраняются связи со многими позитивными характеристиками человека, однако появляются и негативные (корреляции с показателями: слабый; пассивный; робкий; зависимый от меня; необаятельный; плохо одетый; конкурирующий со мной; хитрый; беспринципный; расчетливый). Видимо, вежливость в этих отношениях не основная и не типичная характеристика поведения, а возможно, даже нуждающаяся в некотором «оправдании», например, принадлежностью к другой социально-демографической группе. Некоторыми людьми вежливость в близких отношениях воспринимается как показатель слабости, пассивности, робости и даже беспринципности и хитрости.

В системе критериев недоверия важное место занимает характеристика оцениваемого человека «глупость». Анализ взаимосвязей этого критерия с другими показателями недоверия личности другим людям показал, что данное качество личности рассматривается респондентами как осложняющее взаимодействие и общение (таблица 5). Об этом говорят коэффициенты корреляции со следующими показателями: слабость, зависимость, угрюмость, безучастность, необразованность, импульсивность, ненаходчивость, неорганизованность, конфликтность и конкуренция, противоречие интересов и целей, а также безнравственность и лживость. При оценке незнакомого человека «срабатывают» некоторые распространенные стереотипы, в час-

**Таблица 5**

Значимые коэффициенты корреляции характеристики оцениваемого человека «глупость» с другими показателями недоверия

| Характеристики                        | Незнакомый человек | Знакомый человек | Близкий человек |
|---------------------------------------|--------------------|------------------|-----------------|
| 1                                     | 2                  | 3                | 4               |
| Агрессивный                           |                    | 0,28             | 0,29            |
| Слабый                                | 0,33               | 0,36             | 0,30            |
| Суетливый                             |                    |                  | 0,26            |
| Зависимый от других                   | 0,33               | 0,28             | 0,44            |
| Зависящий от меня                     |                    |                  | 0,30            |
| Пассивный                             |                    | 0,35             | 0,35            |
| Угрюмый                               | 0,40               | 0,31             | 0,46            |
| Хвастливый                            | 0,29               | 0,24             | 0,33            |
| Безучастный                           | 0,46               | 0,32             | 0,39            |
| Открытый                              | 0,27               | 0,25             | 0,32            |
| Необразованный                        | 0,42               | 0,34             | 0,21            |
| Робкий                                | 0,39               |                  | 0,25            |
| Импульсивный                          | 0,41               | 0,32             | 0,34            |
| Неавторитетный                        | 0,29               |                  |                 |
| Полезный мне                          |                    |                  | 0,34            |
| Ненаходчивый                          | 0,34               | 0,33             | 0,33            |
| Скрытный                              |                    |                  | 0,37            |
| Невежливый                            |                    | 0,35             | 0,33            |
| Необаятельный                         | 0,28               |                  | 0,37            |
| Болтливый                             | 0,29               |                  | 0,38            |
| Неорганизованный                      | 0,49               | 0,46             | 0,43            |
| Надеющийся на интуицию                |                    | 0,30             |                 |
| Активный                              |                    | 0,29             |                 |
| Имеющий интересы, противоречащие моим | 0,39               | 0,36             |                 |

Таблица 5 (Продолжение)

| 1  | 2          | 3    | 4    |
|--|------------|------|------|
| Принадлежащий к другой социальной или демографической группе | 0,31       |      |      |
| Рисковый   | 0,28       |      |      |
| Предпочитающий компромиссы                                   |            |      | 0,29 |
| Смелый   | 0,28       |      |      |
| Авторитетный   | 0,30       |      |      |
| Вежливый   | 0,32       |      |      |
| Любящий соревноваться  | 0,27       |      |      |
| Очень красивый   | 0,30       |      |      |
| Конфликтующий с окружающими                                  | 0,44       | 0,32 | 0,30 |
| Богатый  | 0,26       |      |      |
| Бедный   | 0,27       |      |      |
| Конкурирующий со мной  | 0,39       | 0,37 | 0,25 |
| Скромный   | Не оценив. | 0,36 |      |
| Хитрый   | Не оценив. |      | 0,25 |
| Лживый   | Не оценив. | 0,33 | 0,48 |
| Бесхитростный  | Не оценив. | 0,24 | 0,24 |
| Развязный  | Не оценив. | 0,25 |      |
| Непосредственный   | Не оценив. | 0,24 |      |
| Беспринципный  | Не оценив. | 0,29 | 0,33 |
| Имеющий жизненные цели, отличные от моих                     | Не оценив. | 0,25 |      |
| Имеющий жизненные цели, противоречащие моим                  | Не оценив. | 0,26 |      |
| С восприятием мира, отличным от моего                        | Не оценив. | 0,29 |      |
| Нетерпимый   | Не оценив. | 0,24 | 0,26 |
| Несправедливый   | Не оценив. |      | 0,34 |
| Безответственный   | Не оценив. | 0,25 | 0,32 |

тности, глупость ассоциируется с богатством, бедностью и красотой. В то же время, помимо перечисленных взаимосвязей, по отношению к близкому человеку глупость воспринимается как склонность к ком-

промиссам, зависимость от субъекта и способность быть полезным. Т.е. мы опять сталкиваемся с феноменом, когда одно и то же свойство партнера по взаимодействию имеет разную значимость, а иногда и модальность в отношениях с разными категориями людей.

Еще один высокозначимый косвенный критерий недоверия — «хвастливость» партнера по взаимодействию. Из результатов корреляционного анализа видно, что хвастливость воспринимается как показатель слабости, пассивности, угрюмости, глупости и таким образом связана с важнейшими характеристиками личности, являющимися косвенными критериями недоверия (таблица 6). Кроме того, в имплицитных представлениях она связывается с темпераментальными характеристиками — суетливостью и болтливостью. Хвастливость выступает индикатором направленности личности, мотивационной и социально-ролевой характеристикой (зависимый, конкурирующий со мной, принадлежащий к враждебным социальным группам и группам с иным социально-экономическим статусом). С ней, по мнению респондентов, связана незаинтересованность партнера во взаимодействии (безучастность, угрюмость), агрессивность, неорганизованность и склонность к конфликтам.

Хвастливость также воспринимается и как поведение, нарушающее социальные нормы (невежливость, несправедливость, безответственность). А как уже неоднократно отмечалось, соблюдение социальных и, в первую очередь, нравственных норм есть основное условие доверия/недоверия. Подобная многозначность связей делает понятным, почему «хвастливость» является одним из наиболее высокочастотных критериев недоверия личности другим людям. Справедливости ради следует отметить, что в отношении знакомых людей хвастливость может восприниматься как признак активности и способности помочь.

Еще одно интересное наблюдение касается особой роли, которую выполняют мотивационные характеристики субъекта в построении отношений доверия/недоверия. Заинтересованность субъекта во взаимодействии можно оценить по показателю «полезный мне». Эта переменная входит с довольно значительными весами в ряд факторов доверия и недоверия (Приложение 2). Это можно интерпретировать следующим образом. Если человек потенциально полезен субъекту, то не имеет значения, какую социальную группу он представляет (даже враждебную) и насколько он приятен в общении. В зависимости от степени заинтересованности субъекта меняется и отношение к таким свойствам другого человека, как: глупость, слабость, пассивность и зависимость. Они делают человека легко управляемым,



**Таблица 6**

Значимые коэффициенты корреляции характеристики оцениваемого человека «хвастливость» с другими показателями недоверия

| Характеристики                               | Незнакомый человек | Знакомый человек | Близкий человек |
|--|--------------------|------------------|-----------------|
| 1  | 2                  | 3                | 4               |
| Агрессивный                                  | 0,33               | 0,29             | 0,35            |
| Слабый                                       |                    | 0,29             |                 |
| Зависимый от других                          | 0,26               | 0,25             | 0,27            |
| Суетливый                                    | 0,43               | 0,28             | 0,37            |
| Пассивный                                    | 0,38               | 0,21             | 0,42            |
| Угрюмый                                      | 0,44               | 0,35             | 0,32            |
| Любопытный                                   | 0,43               | 0,24             | 0,47            |
| Безучастный                                  | 0,35               |                  | 0,42            |
| Глупый                                       | 0,29               | 0,24             | 0,33            |
| Необразованный                               |                    |                  | 0,31            |
| Импульсивный                                 | 0,32               | 0,26             | 0,37            |
| Неавторитетный                               | 0,24               |                  | 0,39            |
| Зависящий от меня                            | 0,20               | 0,25             | 0,32            |
| Полезный мне                                 |                    |                  | 0,22            |
| Ненаходчивый                                 |                    |                  | 0,27            |
| Скрытный                                     |                    |                  | 0,39            |
| Нелюбопытный                                 |                    |                  | 0,32            |
| Невежливый                                   | 0,26               | 0,36             | 0,30            |
| Необаятельный                                | 0,25               | 0,21             | 0,22            |
| Болтливый                                    | 0,33               | 0,36             | 0,37            |
| Неорганизованный                             | 0,29               |                  | 0,27            |
| Активный                                     |                    |                  | 0,36            |
| Рисковый                                     | 0,25               |                  |                 |
| Принадлежащий к враждебной социальной группе | 0,25               |                  |                 |
| Предпочитающий компромиссы                   |                    |                  | 0,37            |

Таблица 6 (Продолжение)

| 1                           | 2          | 3    | 4    |
|-----------------------------|------------|------|------|
| Обаятельный                 |            |      | 0,24 |
| Любящий соревноваться       | 0,21       |      | 0,24 |
| Участливый                  |            |      | 0,30 |
| Очень красивый              |            |      | 0,30 |
| Конфликтующий с окружающими | 0,36       |      |      |
| Богатый                     |            |      | 0,44 |
| Бедный                      |            |      | 0,26 |
| Конкурирующий со мной       | 0,35       | 0,24 |      |
| Хитрый                      | Не оценив. |      | 0,30 |
| Лживый                      | Не оценив. | 0,21 |      |
| Развязный                   | Не оценив. |      | 0,39 |
| Беспринципный               | Не оценив. |      | 0,26 |
| Расчетливый                 | Не оценив. | 0,24 |      |
| Несправедливый              | Не оценив. | 0,26 | 0,36 |
| Безответственный            | Не оценив. | 0,27 | 0,34 |
| Ненадежный                  | Не оценив. |      | 0,25 |

поэтому, если существует заинтересованность во взаимодействии, отношение к этим качествам может стать более позитивным. Таким образом, влияние на доверие и недоверие мотивационных характеристик сравнимо с влиянием содержательных характеристик оцениваемого человека и процесса взаимодействия.

Аналогичный вывод можно сделать и о влиянии некоторых формально-динамических характеристик. Например, при построении факторной структуры недоверия незнакомому человеку показатели «Конфликтующий с окружающими» и «Принадлежащий к враждебным социальным группам» имеют существенные нагрузки факторов. Объяснить это можно следующим положением. Данные личностные характеристики могут как привести к неприятным последствиям при взаимодействии, так и осложнить процесс построения таких отношений, которые могли бы этот риск снизить. Показатель недоверия незнакомому человеку «Конкурирующий со мной» имеет небольшие нагрузки 5 факторов. По отношению к нему верно все,

что сказано о двух предыдущих показателях и, кроме того, в данном свойстве проявляется мотивационная характеристика человека и его направленность на конфронтацию, а не на сотрудничество. Этим объясняется многоаспектное влияние данного показателя на недоверие личности.

Следует также отметить, что факторный и корреляционный анализы подтвердили вывод, который мы сделали ранее на основании частотных распределений о том, что роль отдельных характеристик меняется в зависимости от того, с какой категорией людей происходит взаимодействие (незнакомый, знакомый или близкий человек). Так, в частности, можно увидеть, что характеристика «Неагрессивность» взаимосвязана с переменными двух факторов доверия незнакомому и нескольким факторам доверия знакомому и близкому человеку. Показатель «сила» также имеет нагрузки нескольких факторов доверия знакомому. Интересно, что при восприятии знакомого человека в факторе «Вера в силу добра» значимость характеристики «сила» резко снизилась. Видимо, на такой дистанции все же безопаснее иметь дело с менее сильным партнером. Кроме того, на близкой дистанции важным косвенным показателем доверия выступает характеристика «Любимый». Об этом можно судить на основании того, что при оценке близкого человека эта характеристика имеет нагрузки четырех факторов в диапазоне 0,33–0,52.

Проведенный анализ позволил получить некоторое представление о процессах формирования доверия и недоверия респондентов разным категориям людей. На основании полученных данных была доработана теоретическая модель структуры личностных критериев доверия и недоверия другим людям.

## **2.5. Структура критериев доверия и недоверия личности другим людям**

---

Анализ критериев доверия личности другим людям привел нас к несколько неожиданному результату. Как показал факторный анализ, критериями доверия или недоверия личности другим людям выступают не только *характеристики потенциального партнера* по взаимодействию, но также и *оценки самого себя как субъекта отношений доверия–недоверия* (оценка себя как человека, способного строить и поддерживать доверительные отношения, минимизировать потери от оправдания недоверия и преодолевать его и т.д.). В числе прочих предметом оценки как критериев доверия и недоверия выступают следующие качества субъекта и потенциального партнера по взаи-

модействию: способность к совладанию и изменению окружающих условий, характеристик другого человека и своих собственных. Еще одну группу личностных критериев образуют *оценки условий и процесса взаимодействия*, которые, по мнению субъекта, могут способствовать или препятствовать более тесному контакту, распознаванию опасности и защите от нее, а также проявлению лучших человеческих качеств в доверительных отношениях. Таковыми условиями являются различные факторы среды и социально-психологической ситуации, в том числе — влияние социальных групп. Наиболее значимыми факторами выступают социальные и групповые нормы поведения, в первую очередь — институциональное доверие и т.д.

Результаты исследования позволили также увидеть, что в сознании респондентов *доверие и недоверие представляют собой совокупность нескольких различных процессов, каждый из которых отличается специфической системой критериев и детерминант*. Отдельными процессами, характеризующими динамику возникновения и изменения отношений, являются, в первую очередь: формирование доверия и недоверия; оправдание доверия и недоверия; снижение, угасание, а также усиление и углубление доверия и недоверия; поддержание доверительных отношений; преодоление недоверия; потеря доверия и др. Критерии, по которым личность принимает решение о возможности доверять определенному человеку, значительно отличаются, в частности, от критериев утраты доверия или критериев углубления доверительных отношений. Различными будут и основные детерминанты этих процессов.

Для построения структурной модели критериев доверия и недоверия личности другим людям были отобраны по три процесса доверия и недоверия, которые являются наиболее значимыми и в то же время наиболее четко дифференцируемыми. Модель включает следующие процессы: формирование доверия, оправдание доверия (реализация цели доверия) и поддержание доверительных отношений; а также формирование недоверия, оправдание недоверия, преодоление недоверия. В ходе анализа определялись не только критерии доверия и недоверия (качества субъекта, партнера и условий взаимодействия), но также субъективные (личностные) детерминанты, которые оказывают наиболее значимое влияние на перечисленные процессы (схемы 7 и 8).

Анализ показал, что в процессе **формирования доверительных отношений** основными критериями при восприятии самого себя как субъекта отношений выступают оценка собственной заинтересованности во взаимодействии и компетентности в построении доверительных

отношений. Наиболее значимыми личностными детерминантами выступают: общая установка на доверие; социальная компетентность, а также субъективная значимость возможного блага. При восприятии условий формирования доверительных отношений критериями выступают оценки того, насколько и на каких основаниях в данных условиях возможно формирование доверия. Наиболее значимыми личностными детерминантами являются представления субъекта о наличии условий для «раскрытия» оцениваемого человека, а также о допустимых сферах и границах доверия в данной ситуации. Общая установка на доверие также оказывает значимое влияние на оценку условий взаимодействия при принятии решения о возможности и степени доверия. Последняя группа критериев — оценка другого человека с целью определения качеств, позволяющих установить с ним контакт и строить отношения. Наиболее значимые личностные детерминанты на этом этапе — представление об открытости, доброжелательности и готовности другого человека к взаимодействию; представление о наличии качеств, способных принести ожидаемое благо; представление о его роли и месте в социально-психологическом пространстве личности. Последняя характеристика определяет применимость тех или иных норм и правил взаимодействия с различными категориями социального окружения, а также значимость отношений доверия с этими категориями. Так, например, для субъекта при взаимодействии с психологически близкими людьми и социальными группами отношения доверия являются высокозначимыми, критерии формирования доверия этим людям являются менее жесткими, а нормы соблюдения доверия, напротив, весьма строгими (таблица 7).

В процессе **оправдания доверия** субъект должен быть уверен не только в своем партнере, но также и в самом себе. Он должен оценить, насколько способен довериться другому человеку, принять от него ожидаемое благо, воспользоваться этим благом и выразить свою признательность. Поэтому в качестве первой группы критериев доверия личности выступают оценки его собственной способности использовать потенциал доверительных отношений, удовлетворенности ожиданий и благодарности. Наиболее значимые личностные детерминанты — самооценка склонности к партнерству и сотрудничеству; представления о наличии навыков социального взаимодействия. Вторая группа критериев — оценка условий, а именно того, насколько в данных условиях могут быть взаимно полезны отношения с данным человеком. Наиболее значимые личностные детерминанты: представления о институциональном доверии (нормы и правила доверия данного сообщества) и о наличии возможностей для прояв-

ления лучших человеческих качеств. Оценивая партнера в процессе оправдания доверия, субъект использует следующие критерии: качества другого человека, которые могут принести пользу при взаимодействии и его готовность к этому. Последний критерий довольно важен, поскольку партнер, с которым субъект связывает свои самые радужные ожидания, может быть вовсе не расположен оправдывать чье-либо доверие. Соответственно наиболее значимые личностные детерминанты на данном этапе: представление о наличии качеств, позволяющих доверять другому человеку (надежность, предсказуемость, единство и т.д.), и о его готовности оправдать доверие, а также представление о месте и роли этого человека в социально-психологическом пространстве личности. Как отмечено выше, ожидания и удовлетворенность отношениями с другим человеком во многом определяются тем, насколько тот психологически близок (значим, дорог и т.д.) доверителю. Можно предположить, что доверие, оправданное близким человеком, может некоторыми людьми оцениваться как должное и приносить меньшее удовлетворение по сравнению с аналогичным поведением постороннего человека. У других людей, ищущих подкрепления позитивных отношений с близкими людьми, возможна прямо противоположная тенденция. Неоднозначно может оцениваться вызывающее доверие поведение со стороны представителя чужой или враждебной группы. Оно может послужить основой для изменения отношения к данному человеку и всей социальной группе, к которой он принадлежит. Но также может быть оценено как проявление коварства, злой умысел, имеющий целью усыпить бдительность противника (таблица 7).

Последний из процессов доверия, рассматриваемых в модели — **поддержание доверительных отношений**. Первую группу критериев личности в этом процессе образуют оценки собственного желания и компетентности в поддержании доверительных отношений. Соответственно, наиболее значимые личностные детерминанты: заинтересованность в долгосрочных отношениях, представление о собственной нравственности (честность, ответственность, справедливость, терпимость) и добрых намерениях в отношении данного человека. Вторая группа критериев — оценка условий взаимодействия как благоприятных или неблагоприятных для поддержания доверия. Важно также определить границы и сферы, в которых возможно поддержание доверия. Наиболее значимые личностные детерминанты: представления о динамике условий взаимодействия. Можно предположить, что с точки зрения субъекта наиболее благоприятными являются условия с предсказуемой динамикой. В этом

| Предмет оценки  | Основные процессы доверия   |
|---|---|
|   | Формирование доверия  |
| <b>Оценка самого себя</b><br>(в т.ч. способности к совладанию и изменению окружающих условий, характеристик другого человека и своих собственных)     | Оценка собственной заинтересованности во взаимодействии и компетентности в построении доверительных отношений   |
|   | <b>Наиболее значимые личностные детерминанты</b><br>Общая установка на доверие; социальная компетентность; субъективная значимость возможного блага   |
| <b>Оценка условий</b><br>(факторов среды и социально-психологической ситуации, влияния социальных групп и т.д.)                                       | Оценка того насколько и на каких основаниях в данных условиях возможно формирование доверия   |
|   | <b>Наиболее значимые личностные детерминанты</b><br>Представления о наличии условий для «раскрытия» оцениваемого человека, а также о допустимых сферах и границах доверия в данных условиях   |
| <b>Оценка другого человека</b><br>(в т.ч. его значимости, способности к изменению окружающих условий, характеристик других людей и своих собственных) | Определение качеств другого человека, позволяющих установить с ним контакт и строить отношения.   |
|   | <b>Наиболее значимые личностные детерминанты</b><br>Представление об открытости, доброжелательности и готовности другого человека к взаимодействию; представление о наличии качеств, способных принести ожидаемое благо; представление о его роли и месте в социально-психологическом пространстве личности |

случае личность имеет достаточно времени, чтобы подготовиться к грядущим изменениям и реализовать собственную стратегию развития отношений с другим человеком. Последняя группа личностных критериев процесса поддержания доверия — качества другого человека, позволяющие сохранять и углублять отношения. Наиболее значимыми личностными детерминантами являются: значимость отношений с этим человеком; представления о его нравственных качес-

твах и заинтересованности в отношениях, а также о его роли и месте в социально-психологическом пространстве личности (таблица 7).

Как было сказано выше, критерии недоверия личности другим людям проанализированы в нашей модели на примере трех основных процессов: формирования, оправдания и преодоления недоверия (таблица 8). Оценка самого себя как субъекта отношений в процессе **формирования недоверия** производится по следующим основным



| Предмет оценки   | Основные процессы недоверия  |
|--|--|
|  | Формирование недоверия   |
| <b>Оценка самого себя</b><br>(в т.ч. способности к совладанию и изменению окружающих условий, характеристик другого человека и своих собственных)  | Оценка собственной уязвимости и компетентности в распознавании опасности   |
|  | <b>Наиболее значимые личностные детерминанты</b><br>Общая установка на недоверие себе, другим людям, миру (подозрительность и враждебность общая или ситуативно обусловленная); представление о собственной социальной некомпетентности, уязвимости  |
| <b>Оценка условий</b><br>(факторов среды и психологической ситуации, влияния социальных групп и др., в т.ч. определение сфер жизнедеятельности, в которых допустимо доверие этому человеку и пределов доверия в данных условиях) | Оценка того насколько велика неопределенность и риски  |
|  | <b>Наиболее значимые личностные детерминанты</b><br>Представление об отсутствии условий для «раскрытия» оцениваемого человека и о наличии конфликта интересов  |
| <b>Оценка другого человека</b><br>(в т.ч. его значимости, способности к изменению окружающих условий, характеристик других людей и своих собственных)  | Определение качеств другого человека, вызывающих недоверие   |
|  | <b>Наиболее значимые личностные детерминанты</b><br>Представление о скрытности партнера и о наличии негативных характеристик (конфликтность, неудачливость, зависимость и т.д.) или характеристик «чужака»; значимость этих характеристик; представление о роли и месте этого человека в социально-психологическом пространстве личности |

критериям: собственная уязвимость и компетентность в распознавании опасности. Наиболее значимые личностные детерминанты: общая установка на недоверие себе, миру, другим людям (подозрительность и враждебность общая или ситуативно обусловленная); представление о собственной социальной некомпетентности. Поговорки «Обжегшись на молоке, дует на воду» и «Стреляный воробей куста боится» относятся к недоверчивым людям, которые ранее пережили обман

доверия и в результате утратили уверенность в своей способности распознавать опасность. Ко второй группе критериев, связанных с условиями взаимодействия, относятся оценки неопределенности и рисков. Наиболее значимыми личностными детерминантами этих оценок являются представления об отсутствии условий для «раскрытия» оцениваемого человека, а также о влиянии внешних факторов (среды, ситуации, социальных групп) на возникновение конфликта

интересов. Так, например, у субъекта может возникнуть ощущение, что «в данных условиях никому доверять нельзя». При определении последней группы критериев недоверия — качеств другого человека — оцениваются его нерасположенность к общению и взаимодействию, скрытность, а также наличие негативных характеристик (конфликтность, неудачливость, зависимость и т.д.) или характеристик «чужака». Личностными детерминантами является представление личности об этих качествах, а также их субъективная значимость. Кроме того, на оценку качеств другого человека оказывает влияние роль и место этого человека в социально-психологическом пространстве субъекта. В ходе эмпирического исследования было показано, что некоторые качества, которые выступают критериями недоверия незнакомому человеку, в отношении к знакомому и близкому таковыми не являются, а иногда даже выступают критериями доверия. Это относится к таким характеристикам, как: слабость, различие интересов, необразованность, неавторитетность, ненаходчивость, зависимость от субъекта, иное социальное происхождение, бедность, богатство, гипертответственность, молчаливость, соревновательность, красивая или некрасивая внешность, плохая одежда.

В процессе **оправдания опасений** первую группу критериев (оценка себя как субъекта отношений) образует оценка собственных возможных потерь (степени оправданности опасений), а также своей способности минимизировать ущерб и пережить неприятную ситуацию. Наиболее значимые личностные детерминанты: субъективная значимость возможного ущерба; самооценка качеств, способных уменьшить потери (интернальный локус контроля, осторожность, самообладание, оптимизм) или увеличить их (доверчивость, агрессивность, пессимизм). Можно предположить, что низкое недоверие другим людям характерно для низкотревожных, безразличных к себе или же оптимистичных индивидов, не драматизирующих ситуацию потерь. К таким применима поговорка «Ему — как с гуся вода». Вполне вероятно также, что в случае оправдания опасений более уверенно будут чувствовать себя более осторожные и подозрительные люди. «Стреляный воробей», который «куста боится» его «на мякине не проведешь». Вторая группа критериев в ситуации оправдания опасений касается оценки субъектом того, насколько в данных условиях можно пострадать и защититься. Наиболее значимыми личностными детерминантами являются представления о возможностях нейтрализации опасности, в частности, институциональных нормах (нормах институционального недоверия). Третья группа критериев — качества другого человека, которые могут причинить наибольший вред,

а также те, которые способны сдерживать враждебное поведение, и определяют слабые места партнера. Наиболее значимые личностные детерминанты этих критериев: представления субъекта о наличии у другого человека качеств, которые могут причинить наибольший вред или, напротив, остановить партнера и о его слабостях; представление о роли и месте этого человека в социально-психологическом пространстве личности. Высокая значимость партнера может приводить к «слепоте» как в отношении его недостатков, так и в отношении последствий неблагоприятных поступков и, следовательно, к снижению субъективной оценки зла, причиняемого им (таблица 8).

Третий процесс недоверия, включенный в анализ, — **преодоление недоверия**. Оценка себя как субъекта отношений проводится по следующим основным критериям: выраженность собственного желания преодолеть недоверие и компетентность в этой сфере. Наиболее значимые личностные детерминанты: уверенность в себе; представление о собственной нравственности, ответственности, добрых намерениях и заинтересованности в долгосрочных отношениях. Критериями, связанными с оценкой условий, являются предположения о том, насколько в данных условиях можно сократить психологическую дистанцию. Наиболее значимыми личностными детерминантами являются представления о гарантиях безопасности или условиях, позволяющих улучшить отношение (например, в результате смены сферы или характера взаимодействия, помощи в критической ситуации и т.д.) Критериями, связанными с оценкой другого человека, в ситуации преодоления недоверия выступают качества партнера, позволяющие рассчитывать на сотрудничество. Наиболее значимые личностные детерминанты: представления о нравственных качествах партнера, его предсказуемости и заинтересованности в отношениях, а также о его роли и месте в социально-психологическом пространстве личности (таблица 8).

Анализ личностных детерминант критериев доверия и недоверия личности другим людям показывает, что наиболее сильное и непосредственное воздействие оказывают не сами личностные свойства (интернальность, оптимизм, подозрительность, враждебность и т.д.), а скорее самоотношение личности (в том числе ее отношение к этим свойствам). Качества другого человека и условия взаимодействия также оцениваются личностью через «призму» собственных способностей к совладанию с этими качествами и условиями и с позиций собственных потребностей и ожиданий. Таким образом, наибольшее влияние на критерии доверия и недоверия оказывают самоотношение личности, ее Я-концепция, идентичность. Не менее существенное

воздействие оказывают представления и отношения личности к миру и окружающему сообществу (образ мира, мировоззрение). Важная роль в формировании критериев доверия и недоверия принадлежит также социально-психологическому пространству личности и ее позиции в нем (представлениям о позитивно или негативно значимых социальных объектах, взаимосвязанных, подчиняющихся определенным закономерностям и выполняющих некоторые функции в жизни субъекта).

Перечисленные выше комплексные характеристики сознания выступают элементами *самоопределения субъекта*. Более частными составляющими самоопределения являются: основные ценности субъекта, идеалы и жизненные принципы, цели и мотивы; базовые отношения к миру, другим людям (например, общая установка на доверие и недоверие); оценка своих способностей и возможностей; ожидания; представления о жизненной перспективе и о возможных изменениях системы ценностей и смыслов на протяжении жизни и т.д.

Выделенные критерии доверия и недоверия другим людям и их личностные детерминанты подтверждают положение о том, что доверие и недоверие другому человеку есть важнейшие социальные потребности человека, кроме того, это значимые для обеспечения жизнедеятельности отношения и условия взаимодействия, а также — выражение осознанной позиции личности в социальном окружении, человеческом сообществе и в мире. Доверие и недоверие часто выступают выражением определенного отношения субъекта к миру, человечеству, окружающей социальной среде, отдельным группам или людям, а также выражением его позиции в системе ценностей и норм человеческого сообщества. Посредством этого доверие и недоверие выполняют функции социального познания, ориентации и самоопределения в социальной среде. Кроме того, высокое осознанное доверие миру и окружающим людям является выражением общего позитивного мировоззрения, гуманистической жизненной позиции и выполняет функцию, которую условно можно назвать «миросозидательной».

## Выводы по главе 2

---

1. Описанные свойства доверия и недоверия позволяет убедиться в бесперспективности определения их как взаимоисключающих феноменов полярной валентности. И доверие, и недоверие возникают в ситуации открытости, неопределенности, уязвимости субъекта и при невозможности контроля. Они выполняют взаи-

мосвященные функции в регуляции жизнедеятельности субъекта. Выделена общая характеристика доверия и недоверия — отсутствие однозначной связи с ожиданием выигрыша или ущерба от взаимодействия. Кроме того, доверие и недоверие в равной степени могут характеризоваться ожиданием справедливого и честного отношения со стороны партнера.

2. Выделены также основные характеристики, по которым доверие и недоверие различаются в наибольшей степени. Сделано предположение об особенностях происхождения и формирования доверия и недоверия в онтогенезе. Высказана гипотеза о формировании в раннем детстве базисного недоверия в тесной связи с базисным доверием. Динамический баланс этих отношений к миру, выполняющих разные функции, является основой становления автономности ребенка. Основные функции доверия — познание и обеспечение взаимодействия субъекта с миром. Основная функция недоверия — самосохранение.

3. Доверие как психологическое отношение включает интерес и уважение к объекту или партнеру; представление о потребностях, которые могут быть удовлетворены в результате взаимодействия с ним; эмоции от предвкушения их удовлетворения и позитивные эмоциональные оценки партнера; расслабленность и безусловную готовность проявлять по отношению к нему добрую волю, а также совершать определенные действия, способствующие успешному взаимодействию. В свою очередь, составляющими недоверия выступают: осознание рисков; чувство опасности, страха в сочетании с негативными эмоциональными оценками партнера и возможных результатов взаимодействия; настороженность и напряженность, а также готовность прекратить контакт, ответить на агрессию или проявить опережающую враждебность.

4. В результате анализа работ современных авторов, а также в результате собственных исследований определены условия, при которых доверие и недоверие выступают относительно автономными феноменами, способными существовать одновременно в отношении к одному и тому же объекту и проявляться в амбивалентных оценках. Такими условиями выступают, во-первых, многоаспектность и динамичность отношений между людьми; во-вторых, наличие у партнера по взаимодействию противоречивых качеств; в-третьих, противоречивое отношение субъекта к ряду личностных свойств оцениваемого человека (силе, активности, слабости и т.д.); в-четвертых, высокая субъективная оценка рисков, возникающих в результате открытости и высокого доверия субъекта и партнера по взаимодействию. Послед-

нее условие приводит к одновременному росту недоверия, зачастую необоснованного, не подкрепленного какими-либо фактами.

5. Критерии доверия и недоверия имеют как сходство, так и различия. Для доверия наиболее значимы критерии: сила, активность, оптимизм, смелость, нравственность, приязнь, надежность, открытость, ум, образованность, находчивость, независимость, организованность, вежливость, общее восприятие мира, близость интересов и жизненных целей. Наиболее значимыми критериями недоверия выступают: безнравственность, ненадежность, агрессивность, болтливость, принадлежность к враждебной социальной группе, конфликтность, конкурентность, невежливость, скрытность, глупость.

6. Несмотря на полученные доказательства того, что доверие и недоверие не являются ортогональными феноменами, существует ряд характеристик оцениваемого человека, позитивный полюс которых высоко значим для доверия, а негативный — примерно в равной степени значим для недоверия. Такими критериями доверия/недоверия выступают, в первую очередь: нравственность — безнравственность, надежность — ненадежность, открытость — скрытность, ум — глупость, независимость — зависимость, неконфликтность — конфликтность.

7. Критерии доверия и недоверия для отдельных социальных категорий людей отличаются. Не подтвердилась гипотеза о том, что значимость формально-динамических характеристик для доверия снижается с усилением близости другого человека, а содержательных — растет. Независимо от природы и содержания большинство позитивных характеристик наиболее значимы для доверия близкому человеку, а негативные характеристики — для недоверия незнакомому человеку. В этом проявляются особенности функций доверия в разных системах межличностных и межгрупповых отношений, в частности, функция сохранения и воспроизводства социально-психологического пространства субъекта.

8. Установлена неоднозначность с позиций доверия и недоверия многих характеристик оцениваемого человека. Некоторые качества одними и теми же респондентами рассматриваются как критерии доверия для близких людей и как критерии недоверия для далеких и чужих. Выявлены характеристики, которые значительной частью респондентов определяются в качестве критериев доверия, а другой столь же значительной частью — в качестве критериев недоверия. Объясняются эти различия индивидуальными, групповыми или ситуативными особенностями отношения к данным характеристикам оцениваемого человека, а также особенностями функций доверия

и недоверия.

9. Выделенные факторы доверия можно условно разделить на две большие группы: факторы оценки позитивных перспектив потенциального сотрудничества или взаимодействия в целом (заинтересованность в доверии, ценность доверия, прогнозирование результата доверия), а также факторы прогноза успешности построения доверительных отношений (прогнозирование возможности и легкости/трудности процесса построения доверия). Последние подразделяются на факторы субъектных свойств (оценка собственных способностей и возможностей в построении доверительных отношений), свойств партнера (его готовность) и, наконец, характеристик самого процесса межличностного или межгруппового взаимодействия (различие интересов и позиций, влияние социальных стереотипов и т.д.). Аналогично и факторы недоверия также делятся на: факторы оценки негативных последствий взаимодействия (риски открытости), а также факторы прогноза успешности защиты от них (прогнозирование возможности и легкости/трудности защиты). Для недоверия также значимы свойства как самого субъекта и партнера по взаимодействию, так и характеристики условий и процесса взаимодействия.

10. На основе эмпирически выделенных факторов построена структурная модель критериев доверия и недоверия личности другим людям. Выделены основные процессы доверия и недоверия: формирование; оправдание; снижение, угасание, а также усиление и углубление доверия и недоверия; поддержание доверительных отношений; преодоление недоверия; потеря доверия и др. В результате анализа определены наиболее значимые критерии и личностные детерминанты некоторых процессов.

## Литература к главе 2

1. Антоненко И.В. Доверие: социально-психологический феномен. М.: Социум; ГУУ, 2004. 320 с.
2. Говир Т. Недоверие как практическая проблема // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер.11. Социология. 1994. № 3. С. 94\_98.
3. Еремичева Г., Симпура Ю. Недоверие как социальная проблема современной России // Журнал социологии и социальной антропологии. 1999. Т. II. № 4. С. 145\_159.
4. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Самоопределение личности и группы в изменяющихся экономических условиях // Вестник Российского



- университета дружбы народов. 2006. № 1 (3). С. 6–19.
5. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 4. С. 31–42.
  6. Купрейченко А.Б. Психологические феномены доверия и недоверия — общие и дифференцирующие признаки // Мотивация в психологии управления: Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Отв. ред. А.В. Капцов. Самара: Самар. гуманит. акад., 2006. С. 8–16.
  7. Купрейченко А.Б., Табхарова С.П. Доверие и недоверие как факторы отношения личности к соблюдению нравственных норм делового поведения // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: Материалы шестой научно-практической конференции / Под общ. ред. А.Д. Карнышева. Иркутск: Изд-во БГУ ЭП, 2005. С. 22–24.
  8. Минина В.Н. Недоверие к государственным институтам в российском обществе // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 150–167.
  9. Поршнев Б.Ф. Элементы социальной психологии // Проблемы общественной психологии. М., 1965.
  10. Поршнев Б.Ф. Контрсуггестия и история (Элементарное социально-психологическое явление и его трансформации в развитии человечества) // История и психология. М.: Мысль, 1972.
  11. Рутковский Б.А. Понятие доверия в марксистской этике. Дисс... канд. филос. наук. Киев, 1967.
  12. Скрипкина Т.П. Психология доверия: Учебное пособие. М.: Изд. центр «Академия», 2000.
  13. Эриксон Э. Детство и общество. М.: Изд. группа «Прогресс», 1996.
  14. Янчев Я. Доверието като етическа категория. София, 1968.
  15. Baier A. Trust and antitrust // Ethics. 1985. V. 96. P. 231–260.
  16. Bies R.J., Tripp T. Beyond trust: «Getting even» and the need for revenge // Trust in organizations: Frontiers of theory and research / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 246–260.
  17. Bies R.J., Tripp T., Kramer R. At the breaking point: Cognitive & social dynamics of revenge in organizations // Antisocial behavior in organizations / Eds. J. Greenberg, R. Giacalone. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997. P. 18–36.
  18. Burke M.J., Brief A.P., George J.M., Robertson L., Webster J. Measuring affect at work; confirmatory analyses of competing mood structures with conceptual linkage to cortical regulatory systems // Journal of Personality and Social Psychology. 1989. V. 75. P. 1091–1102.
  19. Cacioppo J.T., Berntson G.G. Relationship between attitudes and evaluative space: A critical review, with emphasis on the separability of positive and

- negative substrates // *Psychological Bulletin*. 1994. V. 115. P. 401-423.
20. Cook M.L. Maximum Distrust: Unusual Stories of Injustice, Unbalanced Thinking, and Mob Psychology in America. Nova Science Pub Inc. 1998. 210 p.
  21. Cook K.S., Kramer R.M., Thom D.H., Stepanikova I., Mollborn S.B., Cooper R.M. Trust and Distrust in Patient-Physician Relationships: Perceived Determinants of High- and Low-Trust Relationships in Managed-Care Settings // *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches (The Russell Sage Foundation Series on Trust, V.7)* / Eds. R.M. Kramer, K.S. Cook. Russell Sage Foundation Publications, 2004. P. 99–126.
  22. Coser L.A. The functions of social conflict. New York: Free Press. 1956.
  23. Deutsch M. Trust and suspicion // *Journal of Conflict Resolution*. 1958. V. 2. P. 265–279.
  24. Distrust (Russell Sage Foundation Series on Trust, Vol. 8) / Ed. R. Hardin. 2004.
  25. Farrace R.J., Monger D.R., Russell H.H. Communicating and organizing // Reading, MA: Addison Wesley? 1977.
  26. Gabarro J.J. The development of working relationships // *Intellectual teamwork: Social and technological foundations of cooperative work* / Eds J. Gallagher, R.E. Kraut, C. Egidio. NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1990. P. 79–110.
  27. Govier T. Is it a jungle out there? Trust, distrust, and the construction of social reality // *Dialogue*. 1994. V. 33. P. 237–252.
  28. Granovetter M.S. The strength of weak ties // *American Journal of Sociology*. 1973. V. 78. P. 1360–1380.
  29. Gurtman M.B. Trust, distrust, and interpersonal problems: a circumplex analysis // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1992. V. 62. P. 989–1002.
  30. Hosmer L.T. Trust: the connecting link between organisational theory and philosophical ethics // *Academy of Management Review*. 1995. V.20. Is. 2. P.379–403.
  31. Insko C.A., Schopler J. Differential distrust of groups and individuals // *Inter-group Cognition and Intergroup Behavior* / Eds. C. Sedikides, J. Schopler, C. Insko. Hills-dale, NJ: Erlbaum, 1997. 469 p.
  32. Katz I., Hass R.G. Racial ambivalence and American value conflict: Correlational and priming studies of dual cognitive structures // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1988. V. 55. P. 893–905.
  33. Katz I., Wackenhut J., Hass, R.G. Racial ambivalence, value duality and behavior // *Prejudice, discrimination, and racism* / Eds. J.F. Dovidio, S.L. Gaetner. San Diego: Academic Press. 1986. P. 35–59.
  34. Kramer R.M. Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives,

- Enduring Questions // *Annual Reviews Psychology*. 1999. V. 50. P. 569–598.
35. Levine D.P. *Attack On Government: Fear, Distrust, And Hatred In Public Life*. Charlottesville, Va.: Pitchstone Pub., 2004.
  36. Lewicki R.J., Mcallister D.J., Bies R.J. Trust and distrust: New relationships and realities // *Academy of Management Review*. July 1998, V. 23 Is. 3. P.438–459.
  37. Luhmann N. *Trust and power*. Chichester, England: Wiley, 1979.
  38. Macedo S. *Diversity and Distrust: Civic Education in a Multicultural Democracy*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2000.
  39. Mancini P. Between trust and suspicion: How political journalists solve the dilemma // *European Journal of Communication*. 1993. V. 8. P. 33–51.
  40. Mayer R.C., Davis J.H., Schoorman F.D. An integrative model of organizational trust // *Academy of Management Review*. 1995. V. 20. P. 709–734.
  41. McAllister D.J. Two faces of interpersonal trust // *Research on negotiation in organizations* / Eds. R.J. Lewicki, R.J. Bies, B.H. Sheppard. Greenwich, CT: JAI Press. 1997. V. 6. P. 87–112.
  42. Mellinger G.D. Interpersonal trust as a factor in communication // *Journal of Abnormal Social Psychology*. 1956. V. 52. P. 304–309.
  43. Mishler W., Rose R. Trust, Distrust and Scepticism: Popular Evaluations of Civil and Political Institutions in Post-Communist Societies // *Journal of Politics*. 1997. V. 59. P. 418\_451.
  44. Monge P.R., Eisenberg R.M. Emergent communication networks // *Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective* / Eds. F.M. Jablin, L.L. Putnam, K.J. Roberts, L.W. Porter . Beverly Hills, CA: Sage. 1987. P. 304–342.
  45. Montpetit E. *Misplaced Distrust: Policy Networks and the Environment in France, the United States, and Canada*. Vancouver, BC, Canada: University of British Columbia Press, 2003.
  46. Nacci P., Stapleton R.E., Tedeschi J.T. An empirical restatement of the reciprocity norms // *Journal of Social Psychology*. 1973. V. 91. P. 263–271.
  47. Otnes C., Lowrey T.M., Shrum L.J. Toward an understanding of consumer ambivalence // *Journal of Consumer Research*. 1997. V. 24. P. 80–93.
  48. Parry G. *Trust, Distrust and Consensus* // *British Journal of Political Science*. 1976. Vol. 6. P. 129–142.
  49. Patchen M., Hofman G., Davidson J.D. Interracial perceptions among high school students // *Sociometry*. 1976. V. 39. P. 341–354.
  50. Petty R.E., Wegener D.T., Fabrigar L.R. Attitudes and attitude change // *Annual Review of Psychology*. 1997. V. 48. P. 609–647.

51. Pixley J. *Emotions in Finance: Distrust and Uncertainty in Global Markets*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
52. Priester J.R., Petty R.E. The gradual threshold model of ambivalence: Relating the positive and negative bases of attitudes to subjective ambivalence // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1996. V. 71. P. 431–449.
53. Read W.H. Upward communication in industrial hierarchies // *Human Relations*. 1962. V. 15(3). P. 3–15.
54. Rousseau D.M., Sitkin S.B., Burt R.S., Camerer C. Not so different after all: a cross-discipline view of trust // *Academy of Management Review*. 1998. V. 23. Is. 3. P. 393–404.
55. Rozman G. *Northeast Asia's Stunted Regionalism: Bilateral Distrust in the Shadow of Globalization*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
56. Sheppard B.H. Negotiating in long-term mutually interdependent relationships among relative equals // *Research on negotiation in organizations* / Eds. R.J. Bies, R.J. Lewicki, B.H. Sheppard. Greenwich, CT: JAI Press, 1995. V. 5. P. 3–44.
57. Simmel G. *Conflict & the web of group-affiliations*. Glencoe, IL: Free Press. 1955.
58. Sitkin S.B., Roth N.L. Explaining the limited effectiveness of legalistic 'remedies' for trust/distrust // *Organization Science*. 1993. V. 4. P. 367–392.
59. Sitkin S.B., Stickel D. The road to hell: the dynamics of distrust in an era of quality // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 196–215.
60. Stallings M.C., Dunham C.C., Gatz M., Bengtson V.L. Relationships among life events and psychological well-being: More evidence for a two-factor theory of well-being // *Journal of Applied Gerontology*. 1997. V. 16. P. 104–119.
61. Sztompka P. *Mistrusting Civility: Predicament of a Post-Communist Society* // *Real Civil Societies* / Ed. J. Alexander. London: Sage, 1997.
62. Sztompka P. Trust, distrust and two paradoxes of democracy // *The European Journal of Social Theory*. 1998. V. 1. Is. 1. P. 412.
63. *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches (The Russell Sage Foundation Series on Trust, V. 7)* / Eds. R.M. Kramer, K.S. Cook. 2004.
64. Watson D., Tellegen A. Toward a consensual structure of mood // *Psychological Bulletin*. 1985. V. 98. P. 219–235.
65. Worchel P. Trust and distrust // *The social psychology of intergroup relations* / Eds. W. G. Austin, S. Worchel. Belmont, CA: Wadsworth, 1979.
66. Zajonc R.B. The concepts of balance, congruity, and dissonance // *Public Opinion Quarterly*. 1960. V. 24. P. 280–296

## ГЛАВА 3

### ДОВЕРИЕ КАК ГЛАВНЫЙ КОМПОНЕНТ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ДИСТАНЦИИ

#### Введение

---

В ходе анализа места доверия и недоверия в системе понятий была выделена совокупность феноменов, по отношению к которым доверие может выступать одним из компонентов, критерием формирования или иной значимой детерминантой. Есть основания предполагать, что доверие и недоверие выполняют отмеченные здесь роли по отношению к психологической дистанции с другими людьми, социально-психологическому пространству личности и некоторым другим аналогичным феноменам. В данной главе представлены результаты исследования структуры и содержания психологической дистанции личности с другими людьми. В ходе эмпирических исследований определено место доверия в структуре этого феномена, а также выявлено изменение показателей доверия при увеличении психологической дистанции. Общая выборка эмпирических исследований, выполненных совместно с А.Л. Журавлевым, О.С. Ключко и М.В. Федоровой, составила 579 человек. На этой выборке удалось проследить влияние профессиональных, демографических и других социальных переменных на функции, которые выполняет доверие в формировании и изменении психологической дистанции.

«Психологическая дистанция» является понятием, с помощью которого можно качественно и количественно оценить различия в отношении личности к разным категориям ее социального окружения. Особенностью понятия «психологическая дистанция» является то, что оно было заимствовано из обыденного знания, здравого смысла и постепенно включено в совокупность научных понятий. Поэтому содержание и структура самого феномена, который обо-

значается этим понятием, исследовались недостаточно. Проблема по-прежнему состоит в том, что, несмотря на широкое применение социологами и психологами термина «дистанция» с различными прилагательными (социальная, психологическая, социокультурная, симпатическая и т.п.), используемые термины не согласованы между собой и не соотношены с более общими концептуальными представлениями.

Актуальность данной проблемы позволяет оценить следующее положение из справочного руководства «Современная психология»: «Научных исследований по межличностным отношениям в настоящее время проводится весьма мало. Перспективными проблемами являются: совместимость деловых и межличностных отношений, *социальная дистанция в них, доверительность в разных типах интерперсональных отношений и ее критерии, а также особенность межперсональных связей в различных видах профессиональной деятельности в условиях рыночной экономики* (курсив мой — А.К.)» [20, с. 523]. Перспективными здесь выделяются проблемы, которые анализируются в нашем исследовании.

**Цель исследования**, представленного в этой главе, — определить место понятия «психологическая дистанция» в системе психологических понятий, а также исследовать структуру этого феномена, в частности, выявить роль доверия в формировании психологической дистанции.

**Задачи исследования:**

- 1) Соотнести, устранив концептуальную несогласованность, понятия «социальная дистанция», «психологическая дистанция», «межличностное доверие», социально-психологическое пространство» и сформулировать определение «психологической дистанции»;
- 2) изучить имплицитные представления о психологической дистанции;
- 3) проанализировать особенности категоризации социального окружения представителями различных демографических и профессиональных групп;
- 4) выявить структуру психологической дистанции, определив место доверия в ней и его роль в формировании психологической дистанции;
- 5) проанализировать взаимоотношения личности с людьми, находящимися на разной психологической дистанции;
- 6) выполнить анализ личностных факторов психологической дистанции.

Для достижения поставленных целей и задач, в первую очередь, были проанализированы процессы, лежащие в основе формирования психологической дистанции — процессы категоризации социального окружения. Именно социальная категоризация, по мнению Г. Тэджфела, «лежит в сердце здравого смысла, повседневного знания и понимания» [35, с. 114].

### **3.1. Основные подходы к изучению психологической дистанции**

---

Проблема психологической дистанции рассматривалась в контексте проблем личности, социальной перцепции, межличностных отношений, категоризации социального окружения (Г.С. Абрамова, Г.М. Андреева, В. Ален, А.А. Бодалев, Дж. Брунер, М.И. Бобнева, Е.Л. Доценко, А.Л. Журавлев и А.Б. Купрейченко, О.И. Калмыкова, Н.Б. Карабущенко, И.С. Кон, Я.Л. Коломенский, И.Б. Котова, Е.И. Кузьмина, А.А. Кроник, Е.А. Кроник, В.Н. Куницына, В.А. Лабунская, Р.Д. Ленг, Е. Мелибруда, В.Н. Мясичев, Б.Д. Парыгин, В.Н. Панферов, А.В. Петровский, В.И. Пищик, И.Р. Сушков, С.Н. Тидор, Г. Тэджфел, А.Г. Шмелев и др.). Можно назвать довольно много феноменов, имеющих тесные связи с психологической дистанцией. Понятие «социальная дистанция» рассматривали Е. Богардус, Р. Парк, П. Сорокин, Т. Шибутани. «Психологическую близость» изучали А.А. Кроник, Е.А. Кроник, Э. Берн, В.А. Петровский, Е.А. Хорошилова. «Эмоциональная близость» являлась предметом анализа А.В. Петровского. Кроме того, феномен психологической дистанции соприкасается с такими понятиями, как «личностная свобода» (Л.С. Выготский, Е.И. Кузьмина, А.В. Петровский, В.А. Петровский, С.Л. Рубинштейн), «идентичность» (Э. Эриксон), «значимые другие» (А.А. Кроник), «доверие к другим» (Т.П. Скрипкина), «пространство общения» (А.А. Кроник, С.Н. Тидор), «психическая реальность» (Г.С. Абрамова), «отчуждение» (В.А. Петровский, М.В. Полевая). Наиболее тесные связи между понятиями «психологическая дистанция» и «психологическое пространство». Основы этого феномена (а также широко используемых его примерных аналогов — «миров», «сфер», «полей», «зон» и т.д.) заложены в классических работах П. Сорокина, Э. Богардуса, Г. Зиммеля, К. Левина, А. Адлера, Т. Шибутани и др. Понимание различных видов психологического пространства или его отдельных компонентов (например, психологической дистанции), активно развивается в настоящее время в работах Г.С. Абрамовой, А.Л. Журавлева и А.Б. Купрейченко, Ю.М. Забродина, В.Е. Ключко,

О.И. Муравьевой, С.К. Нартовой-Бочавер, Е.В. Таранова, А.А. Грачева и В.Н. Гоппенена, Д.И. Фельдштейна и др.

Начиная с 20-х годов прошлого века ведущие социологи и психологи спорят о сущности понятий социальная и/или психологическая дистанция. Р. Парк подразумевал под социальной дистанцией ступени и уровни понимания и интимности, характеризующие межличностные и общественные отношения [25]. Против трактовки социальной дистанции как субъективного чувства симпатии или неприязни выступил П. Сорокин: реальную основу социальной дистанции составляют объективные (социальные, экономические, политические, профессиональные, биоантропологические и демографические) различия между социальными группами [32]. В психологии общения для описания психологического пространства между общающимися сторонами в числе других используется понятие «дистанция — функция от межличностных преград, стоящих на пути сближения людей. Такими преградами могут быть внешние физические барьеры... Но нередко это препятствия смысловые или духовные» [3, с. 130].

Таким образом, независимо от используемой в литературе терминологии (социальная, психологическая, «симпатическая» и т.п. дистанция), можно выделить **три основных подхода**. **Первый** подход характерен для изучения межличностных отношений, он не рассматривает принадлежность к социальным группам. Дистанция между людьми определяется в основном их симпатиями и взаимопониманием. **Второй** подход характерен для исследований межгрупповых отношений. Дистанция определяется объективными социальными, экономическими, национальными и другими различиями. **Третий** подход: в психологии общения под дистанцией нередко понимается физическое расстояние, которое индивид стремится сохранить между собой и другим человеком.

Определение, данное в «Философском энциклопедическом словаре», отражает перечисленные основные подходы: «Дистанция социальная — степень ощущаемого различия собственной социальной группы от той, к которой принадлежат другие участники взаимодействия. В социальной психологии термин Д.с. используется для сравнительного описания психологической близости между людьми, при этом различают интимную, личностную и публичную дистанцию как вариации расстояния, которое предпочитает удерживать индивид между собой и партнером по общению. Минимальная Д.с. выражается в полноте и дозволенности проявления чувств, непосредственности, открытости индивида в отношениях с партнером. Но чем больше Д.с., тем сильнее замкнутость, недоверие к представителям иной группы,



желание свести к минимуму необходимое общение. Д.с. возникает на основе реальных экономических, политических, культурных, национальных различий между социальными группами, к которым принадлежат взаимодействующие индивиды» [22, с. 169].

Методические разработки велись в основном в русле первого подхода. Первая из методик — Шкала социальной дистанции Е. Богардуса — измеряет общую степень взаимопонимания и близости в личных и социальных отношениях, степень влияния одного индивида на другого и предназначена для изучения реальных и потенциальных конфликтов: трудовых, межэтнических и других [18, с. 173–174]. С незначительными вариациями этот прием использовался для измерения дистанции, связанной с расовой и региональной принадлежностью, возрастом, полом, профессией, религией, а также для измерения дистанции между детьми и родителями. Основа Шкалы «психологической близости» (модификация Шкалы «симпатической дистанции» Д. Фелдса, предназначенной для измерения готовности к контакту медицинского работника с бывшим пациентом психиатрической больницы), не затрагивает принадлежности другого человека к определенной социальной категории, на которые индивид делит свое социальное окружение, а касается индивидуальных особенностей оцениваемого человека [25, с. 24–25]. К этому же классу может быть отнесена Шкала дистанции до индивидуума А. Моля, которая измеряет вызванную сообщением степень побуждения реципиента к ответной реакции [14]. Шкала включает семь уровней дистанции, которые изменяются от «непосредственной и конкретной реакции» человека (наиболее короткая дистанция) до «никакой вовлеченности» — дело происходит «на другой планете» (максимальное значение дистанции). С целью измерения психологической дистанции, наряду с перечисленными шкалами, применяются графические приемы.

Несколько приемов разработано А.А. Кроником и Е.А. Кроник. Они дают следующие определения полюсов Шкалы психологической близости: максимальная близость — «Вы испытываете чувство полного единства с этим человеком, чувство Мы, общаетесь с ним, как с самим собой»; минимальная близость — «Чувство Мы отсутствует, относитесь к другому, как к *постороннему* человеку» [11, с. 60]. Они также отмечают: «Как правило, шкалы дистанции конструируются эмпирически, путем отбора экспертами наиболее «работающих» суждений и предполагают эгоцентрическую организацию психологического пространства» [11, с. 64]. В свою очередь, О.И. Калмыкова для изучения психологической дистанции использовала модифицированную методику Е.А. Хорошиловой, которая направлена на

изучение психологической близости [8]. Испытуемым (учащимся) предлагалось графически изобразить историю своего отношения к каждому из значимых других, в частности, к учителю. При этом они должны были учитывать следующие показатели: годы обучения (начало, конец взаимодействия с учителем, точки перемен), психологическую близость, доверительность на различных отрезках времени, измеряемую в ста баллах.

Можно отметить следующие недостатки существующих методик: не выделены отдельные факторы психологической дистанции, а также затруднена интерпретация результатов. Этот недостаток может быть устранен при помощи шкал, оценивающих различные аспекты взаимоотношений. Так, в рамках психологической теории коллектива А.В. Петровским был введен «индекс психологической дистанции» в межличностных отношениях противостоящих позиций системы групповой дифференциации [17]. Коэффициент психологической дистанции в данном исследовании показывал степень сближения ценностей и позиций членов коллектива, отсутствие противостояния и отдаленности друг от друга по важнейшим характеристикам межличностных отношений. Автор отмечает, что «наибольшая психологическая дистанция свидетельствует о психологической отдаленности и отчужденности людей, не понимающих и не принимающих друг друга».

Еще один недостаток многих существующих методик основан на том, что критерии дистанции на межличностном уровне принято считать принципиально иными, нежели на межгрупповом уровне. Вместе с тем, как отмечал Г. Тэджфел, любое межличностное взаимодействие можно расположить на континууме между двумя полюсами: чисто межличностное отношение — чисто межгрупповое. По его мнению, если чисто межличностное отношение реально не существует и даже абсурдно, то, напротив, чисто межгрупповое отношение, т.е. взаимодействие людей как представителей групп, — отнюдь не фикция [35].

Можно предположить, что психологическая дистанция — явление, охватывающее весь континуум взаимоотношений, поэтому факторы, выступающие критериями психологической дистанции, идентичны как для межличностного, так и межгруппового уровней. Различной может быть степень их значимости, уровень и знак. Наиболее точно проверить данное предположение можно, лишь изучив факторную структуру рассматриваемого феномена. Основная задача описываемого ниже теоретического анализа и эмпирического исследования — выявить систему универсальных факторов категоризации

личностью ее социального окружения, лежащих в основе феномена психологической дистанции и действующих в любой ситуации социального взаимодействия (т.е. факторов психологической дистанции).

**Психологическая дистанция как результат категоризации личности социального окружения.** Созданная под влиянием «Нового взгляда» Дж. Брунера на функциональную природу восприятия «теория социальной идентичности» Г. Тэджфела определяет социальную категоризацию как «процесс упорядочения окружающей среды в терминах категорий, т.е. через группировку людей, объектов и событий так, как если бы они были подобны или эквивалентны одно другому в их отношении к индивиду» [31, с. 113].

Существует несколько точек зрения на **причины категоризации**. Дж. Брунер относит категоризацию к процессам превращения восприятия стимулов в знание о них. Она направлена на *правдивое представление реальности без излишних* для достижения цели *подробностей* [2]. Г. Тэджфел считал, что категоризация вызвана *потребностью личности в социальной идентичности и позитивной самооценке* [28]. В. Ален отмечает, что, конструируя поведение на уровне групп, индивид тем самым *снижает неопределенность информации* в сложной ситуации [26]. По мнению И.Р. Сушкова, категоризация — это процесс, упорядочивающий индивидов таким образом, который *способствует стремлениям социальной системы к самосохранению и развитию* [21, с. 268]. Другие исследователи отмечают, что категоризация *сокращает путь определения стратегии поведения*. Это обусловлено тем, как отмечает А.Г. Шмелев, что «решение уже фактически подготовлено отнесением стимульного объекта к определенной категории» [24, с. 19]. Г.М. Андреева считает генеральной функцией категоризации *способствующие уяснению контекста упрощение и упорядочивание информации*, получаемой извне [1, с. 100].

Функции процесса категоризации имеют самое непосредственное отношение к изучению психологической дистанции. Являясь результатом процесса категоризации, психологическая дистанция оказывает влияние на выбор стратегий поведения и определяет психологические отношения личности. Этот вывод позволил нам, в частности, провести исследование отношения предпринимателей и менеджеров к соблюдению нравственных норм в зависимости от психологической дистанции с представителями различных социальных категорий [6, 12].

Здесь уместно поставить некоторые вопросы: с чего начинается процесс категоризации, какие психологические механизмы облег-

чают процесс познания социального окружения? С.Л. Рубинштейн отмечал, что в обычных условиях процесс познания другого человека «свернут», лишь в случае наблюдения отклоняющихся образцов он «развертывается» [19, с. 180]. По мнению многих авторов, эта «свернутость» объясняется актуализацией **социальных стереотипов**, которые вносят наибольший вклад во взаимодействие личности с социальным окружением на начальных этапах познания [4, с. 10]. В научной литературе не утихают споры о том, не приводит ли стереотипизация к существенным ошибкам при взаимодействии. И.Р. Сушков, основываясь на работах Д. Тернера, считает, что стереотипизация не упрощающий, а адаптивный процесс, переводящий взаимодействие на более высокий уровень социальной организации [21, с. 287]. Стереотипы наполняют групповое сознание в большей степени не ошибками восприятия, как часто толкуют стереотипы, а восприятием устойчивых и обобщенных сторон социальной реальности и практически закрепляют собой *групповой опыт*, доводя его до каждого члена группы [21, с. 282]. По мнению П.Н. Шихирева, «большинство стереотипов адекватно отражают объективную реальность, а их эффективность обусловлена достаточно высокой степенью *однообразия повседневной жизни*» [23, с. 114]. Г. Тэджфел объясняет это однообразие тем, что «социальное поведение в значительной степени определяется отношениями между группами, характер этих отношений, в свою очередь, обусловлен преимущественно *принятыми правилами межгруппового поведения*» [34, с. 94]. Он также отмечал, что чем ближе социальная ситуация к межгрупповому полюсу континуума, тем сильнее проявляются тенденция к единообразию поведения членов данной группы по отношению к другой группе и склонность членов данной группы воспринимать членов другой группы как близких ее представителей, т.е. недифференцированно [35, с. 243]. Была высказана и получила частичное подтверждение гипотеза о том, что мнение человека о членах какой-либо социальной группы, вероятнее всего, будет точно, *если эта группа играет строго определенную роль*, «поскольку то, что предписывается категории, обычно выполняется ею и от нее ожидается» [27, с. 29]. Анализируя работы, посвященные данной проблеме, И.Р. Сушков делает следующее заключение: *конформность и процесс формирования стереотипов — одни из основных условий, которые делают возможной деперсонализацию индивидов и приведение их к «одному групповому знаменателю»* [21, с. 288]. Этот важный вывод позволяет понять, почему социальные стереотипы не приводят к существенным ошибкам при взаимодействии индивидов и групп и, таким образом, являются одним из детерминирующих фак-

торов межгрупповых отношений, играя значительную роль в процессе категоризации индивидом социального окружения.

Можно подвести **итог**: опираясь на социальные стереотипы, закрепляющие групповой опыт, и используя собственный опыт взаимодействия с социальными группами, индивид формирует психологическое отношение к ним. Упорядочить информацию о социальном окружении, осуществить идентификацию, упростить выбор стратегии поведения невозможно без использования такой сжатой и в то же время емкой формы отношения к социальным категориям, как *психологическая дистанция*. Отдельные компоненты отношения личности к различным социальным группам могут отличаться, однако психологическая дистанция при этом может восприниматься как одинаковая, — это означает, что данные группы относятся к одной социальной категории.

Проанализировав литературу, можно сделать предварительное заключение, что существуют две основные **сложности изучения процесса категоризации** социального окружения. Так как большинство исследований межличностных и межгрупповых отношений посвящено изучению диад («Я — другой», «своя группа — чужая группа» и т.п.), то **первая** сложность состоит в том, что **изучение диад имеет мало общего с реальным социальным миром**, в котором живет индивид. И.Р. Сушков отмечает, что «дихотомическая категоризация, построенная по принципу «или/или», предназначена для сохранения социальной группы. Для нее не важны различия между другими. Для нее важно, что они другие и необходимо сохранять определенную *дистанцию* (курсив мой — А.К.), соответствующую степени угрозы, исходящей от них... Как только группы категоризируются на более высоком уровне объемлющего их «Мы», возникает *«пересеченная категоризация»*, связанная с их оптимальным функционированием в границах системы и являющаяся, в свою очередь, необходимым условием развития последней (курсив автора)» [21, с. 260]. Г. Тэджфел также обсуждает такой сложный вопрос, как принадлежность индивида одновременно ко многим группам. Он полагает, что индивид в данном случае выбирает наиболее «выпуклую» группу, которая наиболее значима для выработки взгляда на мир и идентифицирует себя с ней. При этом, отмечает Г.М. Андреева, возникает *задача сортировки групп* для обнаружения индивидом для себя такой организации социального мира, в которой он усматривает свой путь восприятия себя и других, а значит, свой путь поведения и действия [1, с. 185].

**Вторая** сложность изучения процесса категоризации — необходимость делать **акцент на взаимности**. Монография И.Р. Сушкова

является одной из немногих работ, делающих акцент на взаимности, постоянной рефлексивности связей, отношений, оценок и т.п.: «В отличие от остальных социально-психологических отношений отношения между личностями и группами становятся взаимоотношениями, так как строятся на основе воспринимаемых или прогнозируемых отношений участников взаимодействия друг к другу» [21, с. 159]. Исследования, не учитывающие эти взаимные ожидания и прогнозы, изучают «субъект-субъектное» отношение как «субъект-объектное».

Таким образом, процесс категоризации индивидом социального окружения чрезвычайно сложен. Социальная система, к которой он реально принадлежит, состоит из множества социальных групп, некоторые из них входят одна в другую, а некоторые существуют обособленно. Интересы групп, в которые входит индивид, могут не совпадать. В каждой конкретной ситуации перед индивидом стоит не только *проблема идентификации* с одной из социальных групп, но и *проблема прогнозирования* того, с какими группами идентифицирует индивида, а также самого себя второй участник взаимодействия (от этого зависит ожидаемое поведение). Однако в обыденном сознании подобные процессы происходят постоянно, результатом их является такое простое и понятное, с точки зрения здравого смысла, явление, как “психологическая дистанция”. В этой связи следует отметить, что эмпирическая часть нашего исследования посвящена изучению наиболее приближенного к реальной жизни случая “пересеченной категоризации”. Испытуемые должны с учетом психологической дистанции разделить на категории все свое социальное окружение и выразить отношение к каждой из них.

Теоретический анализ факторов категоризации социального окружения. Прежде, чем приступить к эмпирическому изучению критериев психологической дистанции, необходимо обратиться к анализу работ, посвященных поиску факторов, влияющих в целом на социальную категоризацию индивидов и групп. Из числа факторов, влияющих на процесс категоризации групп, наибольшее внимание психологов привлекают фактор группового статуса и фактор подобия аттитудов групп. Высокостатусная группа отрицает подобие и увеличивает межгрупповую дистанцию. При нестабильности статусного равновесия схожие группы обнаруживают больше предубеждения, чем несхожие. В группах, где статус не затрагивается, — наоборот [21, с. 265]. Индивиды, обладающие властью, рассматривали других как объект манипуляций и выражали стремление сохранять социальную дистанцию [23, с. 162]. И.Р. Сушков выделяет и другие факторы, ко-

торые влияют на процессы взаимодействия групп: способы распределения ответственности между группами, физические характеристики групп (характеристики групповых границ, социально-психологическая плотность, относительная величина групп), динамические характеристики взаимодействия (число и модальность контактов). Существуют противоречивые данные о том, снижает ли увеличение числа (времени) контактов с внешней группой предубеждение против нее [21, с. 304]. Эксперименты М. Шерифа показали, что обычно изучаемая сеть симпатий и антипатий, при всем ее значении, фактически подчиняется содержанию деятельности [23, с. 160]. Т.е. эмоциональная оценка другой группы зависит от того, какое взаимодействие имеет место: совместное, сотрудничающее или конкурентное.

Интересен теоретический анализ П. Сорокина, основной посылкой которого является видение индивида как участника многих общественных структур, рассматриваемых им как сложная сеть взаимопроникающих друг в друга социальных систем и подсистем. Проблема общественной дифференциации решается им, исходя из внутригруппового различия статусов индивидов. Под социальным статусом П. Сорокин понимает совокупность прав и привилегий, обязанностей и ответственности, власти и влияния, которыми обладает индивид [33]. П. Сорокин провел теоретическую работу по поиску факторов, единых как для межличностного, так и межгруппового взаимодействия. Наиболее важными модальностями, которые приводят к различным формам интеракций социальных групп и систем, являются: одно- и двусторонняя интеракция, ее экстенсивность и интенсивность, длительность, направленность и организация. *Одно- и двусторонняя интеракция* являются важными показателями, поскольку взаимозависимость сторон может быть равной или одна сторона способна сильнее влиять на другую. В свою очередь, чем *более экстенсивны или интенсивны* секторы интеракции, тем больше связаны и зависимы жизнь, поведение, психология взаимодействующих сторон. *Длительность* определяется как процесс влияния одной стороны на другую, при этом неважно: встречаются индивиды или нет. *Направленность интеракции* может быть солидарной, антагонистической или смешанной. При солидарной интеракции стремления и усилия сторон совпадают. *Организованное взаимодействие* существует при наличии четкой схемы распределения прав, обязанностей, функций для каждого индивида [32].

Таким образом, несмотря на то, что теоретические работы выделяют довольно большое количество различных факторов, определяющих восприятие психологической или социальной дистанции,

в методических разработках дистанция измеряется как гомогенное образование. Объяснением может служить лишь недостаточный интерес к феномену психологической дистанции.

Необходимо выяснить, какие факторы влияют на категоризацию на межличностном уровне: те же самые, что и на межгрупповом, или принципиально иные? Проведя анализ эмпирических исследований других авторов, А.А. Кроник и Е.А. Кроник выделяют следующие группы факторов, влияющих на категоризацию **на межличностном уровне**. Так, при анализе социальных ориентаций Р. Мюллониemi выделяют факторы «привязанность-враждебность» и «подчинение-доминирование». М. Wish, S. Kaplan в межличностных отношениях обнаружили влияние факторов: «интимность-формальность», «кооперация-конкуренция», «равенство-неравенство». В.В. Столин описал факторы: «близость-удаленность», «симпатия-антипатия», «уважение-неуважение» [11, с. 108]. На основании теоретических рассуждений А.А. Кроник и Е.А. Кроник показали, что «основные типы значимых отношений располагаются в трех координатах: дистанция, позиция, валентность. Эти типы соответствуют крайним точкам пространства отношений» [11, с. 109]. Этот вывод не подкреплён эмпирическими исследованиями. Можно спорить о том, представляет ли собой «позиция» отдельное измерение или, являясь проявлением статуса, выступает одним из компонентов «дистанции» и т.д.

В своих исследованиях Н.Н. Обозов анализирует основные типы межличностных отношений (приятельские, товарищеские и дружеские) [16]. Для *товарищеских* отношений характерно сближение взглядов и оказание поддержки друг другу, межличностные отношения характеризуются устойчивостью и взаимным доверием. По мнению И.С. Кона, *дружеские* отношения, по сравнению с товарищескими, характеризуются большей глубиной и доверительностью. Дружеские отношения всегда имеют какое-то общее предметное содержание — общность интересов, целей деятельности, во имя которой друзья объединяются, — и одновременно предполагают взаимную привязанность [10]. Можно выделить утилитарный (инструментально деловую, практически-действенную) и эмоционально-экспрессивной (эмоционально-исповедальной) типы дружбы. Дружеские отношения проявляются в различной форме: от межличностной симпатии до взаимной потребности в общении [20, с. 520]. Авторы справочного руководства «Современная психология» считают: «Недостаточно изучена проблема критериев дружеских отношений. Одни исследователи относят к ним взаимо-



помощь, верность и психологическую близость, другие указывают на компетенцию в общении с партнерами, заботу о них, поступки и предсказуемость поведения» [20, с. 521].

Уже на межличностном уровне значимыми становятся не только эмоциональные факторы, но и факторы статуса, власти, мотивации — даже в близких отношениях они тесно переплетаются. Необходимо выяснить: присутствуют ли во взаимоотношениях личности с представителями психологически удаленных социальных категорий такие феномены, как: привязанность, симпатия, доверительность и т.п.; какую они имеют степень выраженности или стадии развития (как, например, стадии развития доверия у Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер [29]). Можно было бы предположить, что, по мере увеличения психологической дистанции, уменьшается значение факторов симпатии, привязанности и т.п. Однако это, скорее всего, не так: эмоциональный компонент — неотъемлемая часть психологического отношения, и, следовательно, при восприятии удаленных групп проявляются такие чувства, как приязнь, симпатия или, напротив, неприязнь, антипатия, т.е. отношение к психологически далеким группам тоже может быть эмоционально окрашено. Естественно, проверить это можно только эмпирическим путем.

**Психологическая дистанция как регулятор отношений и поведения субъекта.** Разрабатываемый концептуальный подход к психологической дистанции как регулятору отношений и поведения личности послужил основой для специального эмпирического исследования. Его основная гипотеза заключалась в том, что психологическая дистанция определяет уровень отношения личности к соблюдению нравственных норм. Мы предположили, что влияние психологической дистанции более значимо, чем влияние других факторов ситуации, а также индивидуально-психологических характеристик, т.е. психологическая дистанция выступает основным критерием гибкости отношения к соблюдению нравственных норм.

Для проверки этой гипотезы был создан измерительный инструмент оценки отношения личности к соблюдению нравственных норм, который учитывал не только современные российские культурно-исторические условия, но и особенности социальных групп предпринимателей и менеджеров, выступавших объектом исследования, а также влияние ситуации и психологической дистанции с представителями различных социальных категорий [6, 7, 13]. Методика включала пять шкал (правдивости, справедливости, ответственности, терпимости и принципиальности) и позволяла измерить три параметра отноше-

ния: уровень выраженности, гибкость в зависимости от психологической дистанции и устойчивость во времени [6, с. 281]. Для определения показателя «гибкость» (изменение правил нравственного поведения личности при взаимодействии с группам социального окружения, имеющими различную психологическую дистанцию с индивидом) в опросник включено задание разделить социальное окружение на 4 категории по величине «психологической дистанции», при этом предлагался список основных возможных составляющих этого окружения (семья, друзья, подчиненные, клиенты, представители общества и т.д.).

Для каждой из 5 характеристик (правдивость, справедливость и т.д.) разработан блок вопросов, и испытуемым необходимо было выбрать один из трех вариантов ответа для каждого круга близости. Варианты ответа имели «вес», выраженный в баллах. Это давало возможность определить уровень отношения к соблюдению нравственных норм 5 нравственных качеств для каждого из 4 кругов психологической дистанции. В результате эмпирического исследования, в котором принимали участие российские предприниматели и менеджеры в количестве 161 человек установлено, что для рассмотренных нравственных качеств уровень отношения, за некоторыми исключениями, значимо изменяется при увеличении психологической дистанции, то есть уровень отношения к соблюдению нравственных норм зависит от того, с представителями какого круга психологической дистанции взаимодействует личность [6, с. 327].

Необходимо также отметить, что шкалы разработанной методики позволили учесть и усреднить влияние других факторов социальной ситуации. Несмотря на их влияние, были выявлены значимые различия уровня отношения в зависимости от психологической дистанции и получены доказательства того, что, в первую очередь, психологическая, а не социальная дистанция или ситуативные факторы определяют уровень *отношения* личности к соблюдению нравственных норм [6, с. 292–293]. Полученные результаты позволили считать доказанной гипотезу о том, *что психологическая дистанция с представителями различных социальных категорий является основным критерием гибкости отношения к соблюдению нравственных норм, выступая, таким образом, регулятором отношений личности*. Разумеется значимость этого критерия не одинакова в отдельных сферах жизнедеятельности субъекта. В этой связи актуальной является задача выявления особенностей регуляторной роли психологической дистанции в различных системах отношений личности и группы.

### 3.2. Психологическая дистанция: понимание и место в системе понятий

---

Проведенный теоретический анализ позволил определить место понятия “психологическая дистанция” в системе более общих психологических понятий. В содержании “психологической дистанции” соединены когнитивные, эмоциональные и мотивационные аспекты. Это позволяет считать, что по своей природе она есть психологическое отношение (интегральный показатель психологического отношения).

Согласно определению В.Н. Мясищева, “психологические отношения человека в развитом виде представляют целостную систему индивидуальных, избирательных, сознательных связей личности с различными сторонами объективной действительности... Эта система вытекает из всей истории развития человека, она выражает его личный опыт и внутренне определяет его действия, его переживания” [15, с. 210]. И что не менее важно: “деятельность и поведение одной и той же личности в каждый данный момент определяется ее отношениями, вытекающими, в свою очередь, из истории развития личности, т.е. из всей объективной общественно-исторической действительности” [15, с. 120].

Развернутое определение психологической дистанции выглядит следующим образом. **Психологическая дистанция** — результат категоризации индивидом окружающего мира, представляет собой психологическое отношение к объекту социального, материального, идеального мира, представленное в сознании индивида в пространственных эмоционально окрашенных образах. Частным случаем психологической дистанции является социально-психологическая дистанция, т.е. отношение к социальному объекту. Мы разделяем понятия психологическая и социальная дистанция. **Социальная дистанция** — объективно существующее различие в положении индивидов в социальной системе (различие в статусах, ролях и т.д.). И социальная и психологическая дистанция возникают на основе реальных социальных, экономических, политических, национальных различий между группами, к которым принадлежат взаимодействующие индивиды. Однако психологическая дистанция предполагает субъективное восприятие этих и других различий. Психологическая дистанция может существовать и тогда, когда социальной дистанции нет. Верно и обратное: личность может воспринимать одинаковой психологическую дистанцию до субъектов, находящихся на различной социальной дистанции.

Употребляя такие словосочетания и даже специальные термины, как *область* знания, *сфера* интересов, межличностное *пространство*, научный *подход*, ценностные *ориентации*, *рамки* работы, *уровень* выраженности и т.д., мы используем пространственные и кинестетические образы. Когда мы говорим *соприкоснуться*, *столкнуться* с чем-либо, не имея в виду физического контакта, обычно имеется в виду, что нас что-то *связывает*, а что-то *разделяет* с нашим *окружением*. Пространственные и кинестетические образы в социальный мир пришли из более древнего предметного мира. Применение их в отношении нематериальных и социальных объектов характеризуется следующими особенностями: они имеют эмоциональную окраску, емкое содержание и плохо поддаются рациональному осмыслению. Трудно объяснить, как содержательно “близкие отношения” отличаются от “тесных отношений” или “глубоких отношений”. На имплицитном уровне тем не менее, эти нюансы хорошо различаются. Психологическая и социальная дистанция также относятся к такому классу понятий. “Социальная *дистанция* предполагает такое сочетание официальных и межличностных отношений, которое определяло бы *близость* общающихся, соответствующую социокультурным нормам их общностей. Социальная *дистанция* предполагает сохранение адекватного *уровня широты и глубины взаимосвязей при установлении* (курсив мой — А.К.) межличностных отношений” [20, с. 517]. Приведенная цитата интересна тем, что для определения явления, сформулированного в виде пространственного образа, используются другие пространственные образы. Вероятно, исследование психологического содержания подобных речевых оборотов могло бы дать интересные результаты.

Как было отмечено выше, «психологическая дистанция» самым непосредственным образом связана с понятием «**психологическое пространство**». Не останавливаясь на всем многообразии видов «пространств» личности и группы, а также на различных подходах к анализу этого понятия, отметим только наиболее значимые в контексте данной работы характеристики психологического феномена и понятия «пространство». Как отмечает В.Е. Ключко, ментальное пространство отличается от «среды», от всей окружающей человека «действительности», «объективной реальности» тем, что включает в себя субъективные координаты — значение, смысл, ценность. Оно пронизано эмоциями, посредством которых предметы, носители этих сверхчувственных качеств, становятся доступными нашему сознанию [9, с. 34]. Тому, кто берется исследовать элементы окружающего мира вне системы «субъект-среда», не удастся выявить в них те характеристики (свойства, качества, функции и т.д.), которые открываются

субъекту или создаются им в процессе взаимодействия со средой. Эти характеристики элементов среды, доступные для восприятия и значимые для конкретного человека или группы, определяются неповторимостью ценностно-смысловой и мотивационно-потребностной сфер индивидуального или группового субъекта [9, с. 34]. По мнению В.Е. Ключко, «за понятием «ментальное пространство» стоит не комплекс завязанных в систему элементов объективной действительности, но и не произвол системообразования, осуществляемый человеком. Это то, что происходит между человеком и средой, пространством в котором снимаются как объективная логика среды, так и субъективная логика человека, подчиняясь одной логике — логике самоорганизации человека как открытой системы» [9, с. 33–34]. В дополнение — с целью некоторой конкретизации можно сказать логике не только самоорганизующегося, но и самоопределяющегося в социальной среде субъекта. В наиболее краткой формулировке социально-психологическое пространство это «субъективизированная» среда, т.е. избирательно воспринятая, представленная в сознании, освоенная и дополненная, а точнее сказать — «порожденная», созданная, сформированная самим субъектом в соответствии с его жизненными принципами и смыслами, ценностями и целями. Индивидуальный или групповой субъект при этом является неотделимой частью своего социально-психологического пространства.

Уместно повторить, что в нашем понимании **социально-психологическое пространство** человека есть сформированная субъектом система позитивно или негативно значимых социальных объектов или явлений (включая его самого), занимающих конкретные позиции в структуре, находящихся в специфических связях и отношениях друг с другом и выполняющих некоторые функции или роли в соответствии с определенными нормами, правилами, стандартами, эталонами и закономерностями [5]. Значимые социальные объекты или явления могут как существовать, так и не существовать в реальном окружающем мире, могут восприниматься разными людьми принципиально различным образом и выполнять в их жизни совершенно особые функции.

Используя разные основания классификации, можно описать специфические **виды психологических пространств**. Основаниями для выделения упомянутых выше жизненного, духовного, ментального и некоторых других видов являются *различные сущностные компоненты человека*. Кроме того, психологические пространства могут относиться к различным *сферам жизнедеятельности*. Данное основание позволяет построить следующую классификацию: деловое, трудовое, коммуни-

кативное, образовательное пространство и т.д. Одним из возможных оснований классификации выступает *тип элементов* пространства. По этому основанию можно выделить пространство межличностных отношений, образованное значимыми в жизни личности людьми (как реально существующими, так и их образами). Индивидуальный и групповой субъекты включены и в пространство межгрупповых отношений, образованное различными значимыми для субъекта группами. Элементами пространства могут быть не только отдельные люди и группы, но и любые социальные объекты и явления (культурные и исторические события, идеи, представления, системы ценностей, идеалы, виды деятельности и отношений и мн. др.). Все эти явления в сознании субъекта могут быть взаимосвязаны, близки или далеки от него и друг от друга, т.е. отношение к ним и между ними можно представить в виде N-мерного пространства, например: пространства сфер жизнедеятельности (жизнезначимых сфер) или ценностного социально-психологического пространства, элементами которого являются различные системы социальных ценностей и эталонов, норм и правил и т.д. Так, ценности определенной эпохи могут быть психологически «ближе» индивиду, чем ценности современного ему общества или непосредственного социального окружения. Еще одним основанием классификации психологических пространств является *тип субъекта*: пространство личности, малой или большой группы и т.д.

Можно выделить особые виды пространств, используя также и другие основания для категоризации, например, *направления* — «*координатные оси*» пространства. Выбранная «система координат» определяет соответствующий ей вид пространства. Например, пространство доверия/недоверия и значимости/незначимости или пространство авторитетности/неавторитетности, зависимости/независимости и ответственности/безответственности, а также функционально-ролевое, мотивационное и другие виды пространств. Перечень значимых «координатных осей» социально-психологического пространства, несомненно, может быть дополнен еще целым рядом формальных (наличие, частота, длительность взаимодействия и др.) и неформальных характеристик отношений (любовь, конфликтность, нравственность и др.). «Осями» психологического пространства могут также выступать смыслы, ценности, идеалы, которые воплощают в себе значимые люди, явления и объекты. Важными измерениями могут выступать функции и роли, которые те или иные объекты выполняют в жизнедеятельности личности, а также потребности, которые удовлетворяются в процессе взаимодействия. Значимость каждой из этих характеристик зависит от типа психологического

пространства и от индивидуальных особенностей субъекта. В то же время можно выделить наиболее универсальные «координатные оси» и измерения социально-психологического пространства.

Психологическая дистанция нередко упоминается в качестве одного из измерений психологического пространства и, таким образом, в узком смысле рассматривается как расстояние по одной из «осей». Однако наше многолетнее исследование имплицитных представлений, критериев и факторов психологической дистанции, выполненное на представителях различных социальных групп, показало, что *психологическая дистанция есть особый вид одномерного психологического пространства, где все многообразие содержательных и формально-динамических характеристик отношений между субъектом и объектом «свернуто», редуцировано к одному измерению — «близко-далеко»*. Таким образом, психологическая дистанция как результат категоризации индивидом окружающего мира выполняет одну из своих основных функций — снижает когнитивную сложность окружающего мира и облегчает принятие решений.

Специальную задачу будущих исследований представляет раскрытие механизмов редукиции всего многообразия отношений к одному показателю — психологической дистанции. Существенная роль в этих механизмах, вероятно, принадлежит различной значимости отдельных составляющих отношения и их пороговым значениям, превышение которых приводит к отнесению объекта к более удаленному «кругу» психологической дистанции. Эмпирическое исследование, результаты которого представлены ниже, показало, что для каждого «круга» характерна своя иерархия и степень выраженности различных аспектов отношений.

На основании теоретического анализа было сделано предположение о существовании единых факторов психологической дистанции как для межличностных, так и для межгрупповых отношений. Забегая вперед, отметим, что эмпирическое исследование имплицитных представлений о факторах психологической дистанции подтвердило эту гипотезу (параграф 3.3). Анализ, результаты которого можно считать предварительными, позволил выделить следующие факторы: приязнь, единство, надежность, предсказуемость, отношения зависимости, взаимные обязательства, уважение и т.д. Именно их показатели интегрируются, редуцируются в оценку психологической дистанции, а следовательно, сами они являются значимыми «координатными осями» социально-психологического пространства субъекта.

В то же время факторы единства, поддержки (надежности) и предсказуемости многие исследователи считают компонентами

**межличностного доверия.** На основании этого можно утверждать, что *доверие* — один из структурных компонентов психологической дистанции и, соответственно, психологического пространства. Изучая отношения к представителям различных «кругов» психологической дистанции субъекта, следует помнить, что отдельные критерии психологической дистанции (доверие в их числе) имеют сложную структуру и несколько стадий развития. Эти особенности могут оказывать влияние на изменение соответствующих показателей при увеличении психологической дистанции. Так, в ходе нашего исследования было выявлена нелинейная динамика отдельных компонентов доверия на протяжении всего континуума психологической дистанции.

Важно отметить, что переменные, которые некоторые исследователи (например, Р. Левицки, М. Стивенсон, Б. Банкер) используют как показатели доверия, совпадают с критериями психологической дистанции, например, такие как возможность контролировать другого человека и расчет в отношениях с ним [29]. Таким образом, исследуя феномен доверия и понимая, что доверие является одной из важнейших детерминант межличностного и межгруппового поведения, исследователи часто не стремятся разграничить его с другими факторами, влияющими на поведение (факторами психологической дистанции). Неслучайно после переработки методики Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер, состоявшей первоначально из 50 утверждений, были исключены 35, причем именно те, что относятся к следующим показателям: возможности контролировать и отношениям зависимости, приязни, взаимным обязательствам, чувству ответственности. Таким образом, эти показатели были включены в опросник потому, что авторы понимали их большое значение в качестве детерминант поведения, однако дополнительное исследование показало, что они не относятся непосредственно к феномену доверия. По нашему мнению, они являются частью другого, более общего феномена, того, который мы называем психологической дистанцией.

### **3.3. ИмPLICITНЫЕ представления о психологической дистанции**

---

Исследование включало несколько этапов, каждый из которых решал определенный набор задач. На **первом этапе** двадцати респондентам было предложено в свободной форме описать: 1) по каким критериям они разделяют свое социальное окружение на категории с разной степенью психологической близости — удаленности; 2) какие чувства они испытывают по отношению к представителям близких



и дальних социальных категорий. При обработке описаний учитывались все критерии и чувства, перечисленные испытуемыми, независимо от частоты упоминания. Результаты показали, что в качестве **критериев категоризации** наиболее часто назывались: статус, доверие, заинтересованность в контактах, плодотворное взаимодействие, длительность контактов, отношения зависимости, степень взаимного влияния, вид взаимодействия, общие цели, задачи, общие культурные традиции, единые поведенческие нормы, полнота информации.

Респонденты отметили, что в отношениях с **психологически близкими категориями** присутствуют: любовь, понимание, поддержка, комфорт, естественность поведения, забота, взаимное доверие, общие интересы, общие ценности, взаимопомощь, ощущение единства, удовлетворенность контактами. Для отношений с **психологически далекими категориями** характерно: отсутствие заботы, внимания, различные интересы, неприязнь, отсутствие доверия, различные цели, интересы, вынужденное взаимодействие, отсутствие непосредственных контактов, отсутствие ответственности, отчужденность, неестественность поведения.

Как видно из результатов, критерии категоризации социального окружения во многом совпадают с факторами, выделенными в приведенном выше теоретическом анализе: статус, сходство аттитюдов, мотивационные факторы, эмоциональная оценка. Второй важный вывод — нет существенной разницы между рядами факторов категоризации ближайшего окружения и удаленных групп. Качественный анализ описаний испытуемых показал, что некоторые критерии существенно меняют степень выраженности и знак в зависимости от психологической дистанции, другие, хотя и оказывают, по мнению испытуемых, влияние на категоризацию (например, отношения зависимости), но присутствуют примерно в равной степени как при характеристике самых близких, так и самых удаленных групп. Наименьший уровень зависимости отмечается ими в отношениях с группами, находящимися на средней дистанции. Чувства симпатии максимальны с близким кругом, затем они уменьшаются до безразличия, далее возрастает антипатия, однако по отношению к наиболее удаленным группам опять чувствуется безразличие (т.е. имеет место “пилообразная” зависимость). Таким образом, становится понятно, что психологическая дистанция имеет сложную структуру, отдельные компоненты которой могут изменяться нелинейно при возрастании психологической удаленности социальных групп.

Продолжением изучения имплицитных представлений личности о психологической дистанции стал **второй этап** исследования,

в котором принимали участие 60 человек (30 менеджеров разного уровня и 30 студентов-психологов). Респондентам было предложено заполнить специальный бланк, содержащий следующее задание: определить, «по каким качествам или свойствам одни социальные группы психологически ближе к ним, чем другие». По результатам опроса был составлен список, включающий 17 выделенных качеств. В список были включены все качества, названные испытуемыми, независимо от частоты упоминания [6, с. 178–181].

На **третьем этапе** исследования тем же 60 респондентам предлагалось оценить по 5-балльной шкале значимость каждого из 17-ти качеств-элементов имплицитных представлений о психологической дистанции, полученных на предыдущем этапе [6, с. 178–181]. Статистическая обработка результатов показала, что первые 5 рангов значимости распределились следующим образом: 1. доверие, 2. уважение, 3. взаимопонимание, 4. надежность, 5. поддержка.

Кроме того, проведенный предварительный анализ критериев категоризации показывает, что при определении психологической дистанции имеют место как эмоциональные компоненты — «приятель», так и когнитивные — «уважение», «одинаковое восприятие мира». И те, и другие отражают содержательную сторону взаимоотношений субъектов. Также выделены и формально-динамические критерии, в частности, «отношения зависимости». Кроме того, можно отметить присутствие в имплицитных представлениях мотивационных и «инструментальных» составляющих взаимоотношений, проявляющиеся на поведенческом уровне, например, «поддержка». Следовательно, психологическая дистанция имеет сложную многокомпонентную структуру, анализ которой будет продолжен ниже. Предварить его необходимо изучением особенностей категоризации социального окружения представителями различных демографических и профессиональных групп. Эта часть исследования позволит выявить некоторые основные принципы, которыми руководствуется личность, разделяя окружающих людей и группы на отдельные категории.

### **3.4. Особенности категоризации социального окружения у представителей различных социальных групп**

---

В данном этапе исследования принимали участие представители студенческой и работающей молодежи в возрасте от 17 до 25 лет (88 человек), менеджеры коммерческих предприятий (85 человек), предприниматели малого и среднего бизнеса (76 человек), а также

сотрудники различных подразделений Управления внутренних дел (250 человек). Мы предположили, что особенности жизнедеятельности отдельных социальных групп накладывают отпечаток на отношение их представителей к другим людям и определяют специфику психологической дистанции с различными категориями («кругами») их социального окружения. Поскольку у включенных в исследование демографических, профессиональных и экономических групп в высокой степени отличается значимое социальное окружение, сопоставление особенностей категоризации проводилось у наиболее близких групп. В частности, оценивались особенности разделения социального окружения на категории у работающих молодых людей и студентов того же возраста. Эти близкие по демографическим показателям группы различаются по ряду социально-экономических и социально-психологических показателей. В частности, по отношению к способам материального самообеспечения, уровню экономической активности, а также по степени ответственности за свою деятельность и за других людей. Следует отметить, что у работающих молодых людей и студентов дневной формы обучения могут в высокой степени различаться социальные роли, ближайшие жизненные цели, а также ценностные ориентации и мировоззрение. Все это позволяет предположить, что категоризация социального окружения будет иметь особенности у этих двух групп молодежи. В выборку из 88 человек в возрасте от 17 до 25 лет вошли 44 студента и 44 работающих молодых человека. Юношей и девушек по 50%.

Отдельно сравнивалась категоризация социального окружения менеджерами и предпринимателями. Их деятельность во многом сходна, но имеет и выраженные отличия, которые, в первую очередь, заключаются в степени инновационности, уровне риска, структуре ответственности, вовлеченности в деятельность предприятия и праве собственности на средства производства. Эти особенности могут оказывать влияние на отношение личности к различным группам социального окружения. В исследовании принимали участие предприниматели малого и среднего бизнеса в количестве 76 человек (женщин — 31%, мужчин — 69%) и 85 менеджеров коммерческих предприятий (женщин — 48%, мужчины — 52%).

В исследовании, проведенном на выборке сотрудников УВД сопоставлялись данные трех подразделений, отличающихся служебными целями и задачами, а также частотой и характером взаимодействия с отдельными группами их социального и профессионального окружения. В качестве таких подразделений были выбраны: дорожно-патрульная служба милиции (ДПС), патрульно-постовая служба

милиции (ППС), участковые уполномоченные милиции (УУМ). Основные обязанности инспектора ДПС — обеспечение безопасности дорожного движения на обслуживаемой территории, а также помощь гражданам, пострадавшим от преступлений, административных правонарушений и несчастных случаев. Сотрудник ППС отвечает за общественный порядок в зоне своего патрулирования, пресекает административные нарушения в пределах своих прав и устраняет их причины. В свою очередь, сотрудник УУМ отвечает за безопасность населения своего участка, выявляет административные нарушения, помогает раскрывать преступность. Выборка из 250 человек этого исследования распределялась следующим образом: сотрудники ДПС — 79 человек (31%), ППС — 83 человека (33%), УУМ — 88 человека (36%). Все они — мужчины различного возраста, стажа работы и образовательного уровня.

Респондентам каждой включенной в исследование профессиональной или демографической группы был предложен список групп людей, наиболее соответствующий их реальному социальному окружению. Перечень групп необходимо было распределить в зависимости от величины «психологической дистанции» по четырем (для выборки молодежи, менеджеров и предпринимателей) или пяти «кругам» (для выборки сотрудников УВД). 1-й круг соответствовал самым психологически близким группам людей, 2-й круг — близким, 3-й круг — ни близким, ни далеким, 4-й круг — далеким, 5-й круг — самым далеким.

**Категоризация социального окружения различными группами молодежи.** Каждой группе молодых людей был предложен перечень социальных групп, соответствующий их социальному окружению. Список работающих молодых людей включал следующие группы: семья, друзья, сотрудники отдела, сотрудники предприятия, руководство предприятия, подчиненные, клиенты, поставщики, представители государственных структур, люди другой национальности, другого вероисповедания, представители общества в целом. В список групп социального окружения студентов вошли: семья, друзья, студенты своей группы, студенты своего факультета, студенты своего института, руководители института, представители государственных структур, люди другой национальности, другого вероисповедания, представители общества в целом.

Социальными группами первого круга психологической дистанции для обеих групп молодежи являются семья и друзья. Состав социальных групп второго круга психологической дистанции различен

у работающей молодежи и у студентов. Последние ко второму кругу психологической дистанции относят, как правило, студентов своей группы или курса и друзей. Работающие люди включают в этот круг сотрудников своего предприятия или отдела, подчиненных, иногда — друзей и непосредственного руководителя. Представителями третьего круга психологической дистанции для студентов являются, как правило, руководство вуза, студенты других факультетов, люди другой национальности, другого вероисповедания. Для работающих молодых людей третий круг включает чаще всего руководство и сотрудников предприятия, клиентов, людей другой национальности и другого вероисповедания, несколько реже — поставщиков. Перечень социальных групп четвертого, наиболее удаленного круга психологической дистанции у обеих групп молодежи очень схож. В него, как правило, входят представители государственных структур и общества в целом.

Категоризация социального окружения работающими молодыми людьми и студентами не дает достаточной информации для обсуждения особенностей формирования психологической дистанции у различных групп молодежи. Однако эти особенности были выявлены в результате представленного в следующих параграфах анализа взаимоотношений представителей различных групп с отдельными «кругами» психологической дистанции, а также в ходе сопоставления факторных структур психологической дистанции у различных социальных групп. Более интересную информацию дает сравнение категоризации социального окружения менеджерами и предпринимателями, а также различными группами сотрудников УВД.

**Сравнительный анализ категоризации социального окружения предпринимателями и менеджерами.** Для разделения на 4 «круга» по степени психологической дистанции **предпринимателям** предлагался список из 11 социальных групп — основных групп их социального окружения (перечень приведен в таблице 1). При анализе результатов категоризации обращает на себя внимание то, что предприниматели чувствуют существенную разницу между всеми предложенными в исследовании социальными группами, даже теми, разница между которыми первоначально вызывала некоторое сомнение, в частности, между понятием “компаньон” и “соучредитель” ( $p < 0,01$ ). Первый оказывается психологически значительно ближе предпринимателям, видимо, это менее формальное понятие. Интересно различие в психологической дистанции у групп “клиенты” и “потребители” ( $p = 0,10$ ). Психологическая дистанция с клиентом меньше, чем с потребителем. Различие,

по-видимому, обусловлено тем, что по сравнению с понятием “потребитель” понятие “клиент” более персонифицировано, взаимодействие с клиентом предполагает личный контакт. Интерес представляет также различие в психологической дистанции между предпринимателями и социальными группами “поставщики” и “потребители”. Тот, кто потребляет продукцию и может выставлять рекламации, находится на большей психологической дистанции, чем тот, кому предприниматель предъявляет претензии сам. Видимо, здесь решающую роль играет фактор “отношения зависимости”. Для того, чтобы проверить эти предположения, необходимо проанализировать особенности отношения личности с представителями различных «кругов» психологической дистанции. Результаты распределений представлены в таблице 1. Жирностью шрифта выделены показатели, превышающие 40% от общего количества опрошенных, курсивом — свыше 30%.

Обобщая приведенные данные, можно утверждать, что первый круг близости, как и ожидалось, включает семью и реже — друзей, типичными социальными группами второго круга являются друзья, а также компаньоны и сподвижники, третий круг составляют при-

**Таблица 1**

Распределение групп социального окружения по «кругам» психологической дистанции у предпринимателей (% респондентов)\*.

| Социальная группа                      | 1-й круг     | 2-й круг     | 3-й круг     | 4-й круг     |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Семья                                  | <b>86,8</b>  | 9,21         | 3,94         | –            |
| Друзья                                 | <b>40,78</b> | <b>48,68</b> | 9,21         | 1,31         |
| Компаньоны                             | 9,21         | <b>52,63</b> | 34,21        | 3,94         |
| Соучредители                           | 1,31         | 34,21        | <b>44,73</b> | 19,74        |
| Сподвижники                            | 10,53        | <b>42,10</b> | 39,47        | 7,89         |
| Подчиненные                            | 3,94         | 31,57        | <b>48,68</b> | 15,7         |
| Поставщики                             | 1,31         | 7,89         | <b>48,68</b> | <b>42,10</b> |
| Клиенты                                | 2,63         | 19,73        | 39,47        | 38,15        |
| Потребители                            | 3,94         | 14,47        | 31,57        | <b>50,00</b> |
| Представители государственных структур | 1,31         | –            | 9,21         | <b>89,47</b> |
| Представители общества в целом         | –            | 2,63         | 11,84        | <b>85,52</b> |

\* Жирностью шрифта выделены показатели, превышающие 40% от общего количества опрошенных, курсивом — свыше 30%.

мерно с близкой частотой подчиненные, поставщики, соучредители, реже — сподвижники, компаньоны и клиенты, и четвертый круг — представители государственных структур, представители общества, реже — потребители, поставщики и клиенты. Главное же в том, что в сознании предпринимателей существует четкая дифференциация социальных групп. В контексте данного исследования это важно, так как и концептуально, и методически это является одним из оснований исследования.

Список социальных групп, который предлагался для категоризации **менеджерам**, отражает специфику их социального окружения. Так же как и у предпринимателей, в сознании менеджеров существует четкая дифференциация различных групп. Результаты категоризации приведены в таблице 2.

Таким образом, у менеджеров первый круг близости включает семью и реже — друзей, типичными социальными группами второго круга являются друзья, сотрудники отдела и реже — непосредственные руководители, третий круг составляют сотрудники предприятия,

**Таблица 2**

Распределение групп социального окружения по «кругам» психологической дистанции у менеджеров (% респондентов)\*

| Социальная группа                      | 1-й круг     | 2-й круг     | 3-й круг     | 4-й круг     |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Семья                                  | <b>90,58</b> | 7,06         | 1,18         | 1,18         |
| Друзья                                 | <b>42,35</b> | <b>49,41</b> | 5,88         | 2,35         |
| Сотрудники предприятия                 | 1,17         | 28,23        | <b>54,17</b> | 16,47        |
| Сотрудники отдела                      | 8,23         | 40,0         | <b>42,35</b> | 9,41         |
| Непосредственный руководитель          | –            | 35,29        | <b>41,17</b> | 23,52        |
| Подчиненные                            | 2,35         | 29,41        | <b>58,82</b> | 9,41         |
| Руководство предприятия                | 2,35         | 16,47        | 32,94        | <b>48,23</b> |
| Клиенты                                | 2,35         | 9,41         | 36,47        | <b>51,76</b> |
| Потребители                            | –            | 4,71         | 34,12        | <b>61,17</b> |
| Поставщики                             | –            | 3,53         | 32,94        | <b>63,53</b> |
| Представители государственных структур | 1,18         | 3,53         | 5,88         | <b>89,41</b> |
| Представители общества в целом         | 1,18         | 3,53         | 8,23         | <b>87,06</b> |

\* Жирностью шрифта выделены показатели, превышающие 40% от общего количества опрошенных, курсивом — свыше 30%.

подчиненные, реже — сотрудники отдела, непосредственные руководители, клиенты, потребители, поставщики, руководство предприятия и четвертый круг — представители государственных структур, представители общества, реже — потребители, поставщики, клиенты и руководство предприятия.

Списки социальных групп, предложенных предпринимателям и менеджерам, частично совпадают. Это дает возможность провести некоторый сравнительный анализ. Т-критерий Стьюдента для независимых выборок выявил следующие значимые особенности категоризации. Предприниматели по сравнению с менеджерами воспринимают как более близкие группы: “клиентов” ( $T=-1,97$ ,  $p=0,05$ ); “потребителей” ( $T=-2,51$ ,  $p=0,01$ ); “поставщиков” ( $T=-2,91$ ,  $p<0,01$ ). По группам “семья”, “друзья”, “подчиненные”, “представители государственных структур” и “представители общества” значимых различий не выявлено. Обнаруженные особенности категоризации объясняются, по-видимому, большей значимостью для предпринимателей социальных групп, от которых зависит благополучие бизнеса (клиенты, потребители, поставщики). Для менеджеров, работающих по найму, эти группы менее важны. Таким образом, получено эмпирическое подтверждение предположения о том, что уровень деловой активности определяет особенности восприятия психологической дистанции российских предпринимателей и менеджеров коммерческих предприятий.

**Особенности категоризации социального окружения сотрудниками различных подразделений УВД<sup>1</sup>\***. В список сотрудников УВД вошли следующие люди и группы их социального окружения: семья, друзья, коллеги подразделения, сотрудники других подразделений, начальники подразделения, руководство УВД, население города, местная администрация, представители судебных органов, МЧС, ФСБ, здравоохранения и социальной защиты, управления образования, ЖКХ, налоговой инспекции, «групп риска», правительство РФ. Таким образом, список включал те группы, с которыми, по результатам экспертных оценок, сотрудники УВД чаще всего взаимодействуют, или те, которые высоко значимы для сотрудников данного ведомства. Результаты категоризации социального окружения по всей выборке сотрудников УВД и отдельно по трем подразделениям представлены в таблице 3. Жирностью шрифта выделены показатели, превышающие 40% от общего количества опрошенных, курсивом — свыше 30%.

---

<sup>1</sup> Эмпирические данные, представленные в данном подпараграфе, собраны совместно с О.С. Ключко.



Распределение групп социального окружения по «кругам»

| Социальные группы                                       | Вся выборка сотрудников УВД |             |             |             |             | Сотруд     |             |
|---|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
|   | 1<br>круг                   | 2<br>круг   | 3<br>круг   | 4<br>круг   | 5<br>круг   | 1<br>круг  | 2<br>круг   |
| Семья   | <b>100</b>                  | –           | –           | –           | –           | <b>100</b> |             |
| Друзья  | 19,6                        | <b>80,0</b> | 0,4         | –           | –           | 25,0       | <b>77,1</b> |
| Коллеги моего подразделения                             | 0,4                         | <b>40,4</b> | <b>58,8</b> | 0,4         | –           |            | 32,5        |
| Сотрудники других подразделений                         | –                           | 4,8         | <b>62,0</b> | 26,0        | 7,2         |            | 3,7         |
| Начальники моего подразделения                          | 0,4                         | 22,8        | <b>68,0</b> | 8,4         | 0,4         |            | 2,5         |
| Руководство УВД   | –                           | 6,4         | <b>47,6</b> | 31,2        | 14,8        |            |             |
| Население города (с которым я взаимодействую на службе) | –                           | 10,0        | <b>66,4</b> | 20,0        | 3,6         |            | 13,3        |
| Представители «групп риска»                             | –                           | 0,8         | 17,2        | 56,8        | 25,2        |            | 2,4         |
| Местная администрация                                   | –                           | –           | 11,6        | <b>56,4</b> | 32,0        |            | 2,4         |
| Представители судебных органов                          | –                           | 0,4         | 27,2        | <b>44,4</b> | 28,0        |            |             |
| Представители МЧС                                       | –                           | 0,8         | 11,6        | <b>44,0</b> | <b>43,6</b> |            |             |
| Представители ФСБ                                       | –                           | 0,8         | 32,0        | <b>42,8</b> | 24,4        |            |             |
| Представители здравоохранения и социальной защиты       | –                           | 0,4         | 22,0        | <b>38,0</b> | 39,6        |            | 2,4         |
| Представители органов управления образования            | –                           | –           | 12,0        | <b>60,0</b> | 28,0        |            | 1,2         |
| Представители ЖКХ                                       | –                           | –           | 12,0        | <b>43,2</b> | <b>44,8</b> |            |             |
| Представители налоговой инспекции                       | –                           | 0,4         | 32,8        | <b>40,8</b> | 26,0        |            |             |
| Правительство РФ  | –                           | –           | 10,0        | 20,0        | <b>70,0</b> |            |             |

Обобщая данные, полученные на всей выборке сотрудников УВД, следует отметить, что первый «круг» психологической дистанции включает семью (100%), характерными социальными группами второго «круга» являются друзья (80%) и реже — коллеги (40,4%), а также начальники подразделения (22,8%), в третий «круг» вошли: население города (66,4%), сотрудники других подразделений (62%), начальники подразделения (68%) и коллеги (58,8%), а также руководство УВД (47,6%). Четвертый «круг» составляют примерно с близ-

кой частотой представители ЖКХ (60%), местная администрация (56,8%) и представители судебных органов (56,4%), представители «групп риска» (40,8%), МЧС (44,4%), ФСБ (44%), социальной защиты и здравоохранения (42,8%). Пятый «круг» включает правительство РФ (70%), реже – представителей налоговой инспекции (44,8%), ФСБ (43,6%) и управления образования (39,6%) (таблица 3).

В ходе исследования были выявлены отличия в восприятии психологической дистанции у сотрудников дорожно-патрульной,

патрульно-постовой служб и службы участковых уполномоченных милиции (таблица 3). Сотрудники ППС имеют наибольшую психологическую дистанцию с большинством групп своего профессионального окружения. В то же время друзей они воспринимают как более близкую группу, относя их ко второму (77,1%) и первому (25%) «кругам» психологической дистанции.

Наименьшей психологической дистанцией с большинством групп профессионального окружения отличаются сотрудники УУМ. Вероятно, это связано с преобладающей личностной направленностью участковых уполномоченных и их личной заинтересованностью в успешности взаимодействия с местной администрацией, представителями органов образования, представителями «групп риска» и т.д. Интересно, что при этом они воспринимают как несколько более психологически далеких коллег своего подразделения. Данный результат определяется, скорее всего, индивидуальным характером деятельности сотрудников УУМ. В отличие от сотрудников ППС и ДПС для них не характерно явление интруппового фаворитизма в отношении ближайшего профессионального окружения.

Сотрудники ДПС отличаются от двух других подразделений в первую очередь тем, что воспринимают наиболее близко коллег и начальников своего подразделения. Ближе, чем сотрудники ППС и УУМ, они оценивают также представителей МЧС и здравоохранения, т.е. те группы, от успешности сотрудничества с которыми зависят результаты их профессиональной деятельности.

Интересно также, что у сотрудников различных подразделений УВД высока дисперсия категоризации некоторых социальных групп. Так, для сотрудников ППС это группы: сотрудники других подразделений, начальники моего подразделения, местная администрация, население города, представители «групп риска» и некоторые другие. Среди сотрудников ДПС нет единства при категоризации следующих групп: начальники моего подразделения, руководство УВД, представители МЧС, представители ФСБ, представители «групп риска», представители органов управления образования, представители ЖКХ, представители налоговой инспекции. Высока также дисперсия при категоризации сотрудниками УУМ групп: местная администрация, представители здравоохранения и социальной защиты, представители органов управления образования. Анализ распределений показывает, что сотрудники менее едины в оценке тех групп, с которыми они взаимодействуют наиболее часто на персональном уровне. Опыт общения и взаимодействия с конкретными представителями этих групп обуславливает индивидуальные особенности отношения к ним и специфи-

ку их категоризации. Отсутствие единства в оценках психологической близости или удаленности тех групп, с которыми взаимодействие практически отсутствует, по нашему мнению, является проявлением социальных стереотипов в отношении этих групп или индивидуальных особенностей категоризации социального окружения.

Можно сказать, что наибольшее единодушие при категоризации тех или иных групп отмечено в случаях, когда взаимодействие с их представителями регулируется и осуществляется на основе четкой системы правил и норм. Довольно высоко единство респондентов также при оценке психологической дистанции с наиболее близкими группами, такими, как семья или друзья. Последнее объясняется четкостью позиций и функций этих высокозначимых представителей социально-психологического пространства личности в регуляции ее жизнедеятельности. Полученные данные позволяют сделать вывод о том, что *на величину психологической дистанции оказывают влияние следующие основные факторы: базовые отношения и установки личности (направленность, отношение к социальному окружению и т.д.), значимость и функции конкретных социальных групп в жизнедеятельности субъекта, наличие и содержание опыта взаимодействия с их представителями, социальные стереотипы и др.* В ходе эмпирического исследования, результаты которого будут представлены в специальном параграфе, нами также были получены данные о влиянии на категоризацию социального окружения некоторых индивидуально-психологических свойств.

Полученные результаты показывают, что одной из наиболее значимых нерешенных на сегодняшний день задач является построение эмпирической структуры психологической дистанции. Ее анализ способен подтвердить или опровергнуть теоретические положения, сформулированные выше, в частности, гипотезу о единстве факторов категоризации социального окружения на всем континууме психологической дистанции.

### **3.5. Структура психологической дистанции**

---

**Факторная структура психологической дистанции.** Построение эмпирической структуры психологической дистанции проводилось в несколько этапов. На первом этапе в результате анализа данных, полученных на выборке студенческой и работающей молодежи (N88) по всем 4 «кругам» социального окружения были выделены следующие факторы психологической дистанции:

1. Надежность (Я выяснил, что он надежен, особенно в тех случаях, что важны для меня. Он всегда готов оказать мне поддержку. Я могу положиться на его обещания)

2. Приязнь (По отношению к нему я чувствую привязанность. Испытываю чувство приязни, любви)

3. Уважение (Я испытываю к нему уважение)

4. Принятие (Мы принимаем друг друга такими, как есть)

5. Зависимость субъекта (Я завишу от него. Он контролирует мои действия. Он оказывает на меня большое влияние)

6. Непредсказуемость партнера (Он непредсказуем)

7. Зависимость партнера (Он зависит от меня. Я имею возможность контролировать его поведение)

8. Формальность отношений (Наши контакты носят вынужденный характер. Наши отношения формальны)

9. Единство (У нас одинаковое восприятие мира. Между нами существует взаимопонимание. У нас общие интересы)

10. Взаимная ответственность (Нас связывают взаимные обязательства. Я чувствую ответственность перед ним)

11. Взаимный интерес (Нас связывает взаимный интерес)

12. Степень мотивации субъекта (Я больше заинтересован в нашем взаимодействии, чем он)

13. Помощь в делах (Он может оказать помощь в делах)

Выделенные факторы объясняют 83,1% дисперсии, причем на первые четыре приходится 53,6% объясняемой дисперсии. Это означает, что при категоризации социального окружения наиболее значимы факторы «надежность», «приязнь», «уважение» и «принятие». Поставленная задача построения факторной структуры предполагает определение иерархии факторов. Поставленная цель может быть достигнута несколькими способами: с применением кластерного анализа первичных факторов и подтверждающего факторного или латентно-структурного анализа, а также, некоторых других методов математической статистики. В нашем случае была применена комбинация кластерного и вторичного факторного анализа.

В результате кластерного анализа для каждого «круга» психологической дистанции были построены дендрограммы, демонстрирующие степень связи между отдельными факторами и их иерархическую структуру. Вторичный факторный анализ позволил оценить вклад, который вносят в общую дисперсию различные группы факторов. Кроме того, факторный анализ выявил некоторые связи между факторами, не представленные на дендрограмме. Результатом явилось несколько вариантов эмпирических факторных структур психологи-

ческой дистанции для различных ее «кругов». Проведенный анализ позволил доработать методику оценки психологической дистанции. Она была сокращена в соответствии с выделенными 13 первичных факторов. В нее также были включены вопросы для определения степени мотивации партнеров по взаимодействию (Приложение 3). После этого методика вновь была апробирована на выборке сотрудников УВД в количестве 250 человек. При помощи описанной выше комбинации факторного и кластерного анализа вновь была определена структура психологической дистанции. Результаты подтвердили основные ранее полученные данные и позволили их существенно дополнить. В частности, можно утверждать, что в наиболее общем виде **структура психологической дистанции** включает **два основных блока** (рисунок 1):

**1. Содержательная составляющая взаимоотношений.** Ее основными структурными элементами являются доверие (надежность, соответствие ожиданиям, единство, уважение), эмоциональное принятие (принятие, приязнь, любовь), нравственность (взаимная ответственность) и мотивация партнеров (заинтересованность субъекта во взаимодействии, заинтересованность партнера во взаимодействии).

**2. Формально динамическая составляющая взаимоотношений.** Этот блок включает следующие элементы: формальность отношений (формальность отношений, вынужденность контактов); взаимная зависимость и контроль (зависимость субъекта, зависимость партнера, контроль со стороны субъекта, контроль со стороны партнера); формально-динамические характеристики партнера (непредсказуемость).

Кроме того, из приведенного перечня элементов психологической дистанции видно, что в ее структуре присутствуют свойства как самого **субъекта**, так и **партнера** по взаимодействию, а также свойства **процесса и условий взаимодействия**. Аналогичные составляющие были выделены ранее при анализе критериев доверия и недоверия личности (глава 2). На рисунке 1 представлена эмпирически выделенная структура психологической дистанции, характеризующая структуру взаимоотношений со 2-м «кругом» (друзья, реже — коллеги, иногда — непосредственный руководитель).

Вторичный факторный анализ показал, что на долю блока факторов «содержательная (качественная) сторона взаимоотношений», включающих такие компоненты, как «доверие», «мотивация партнеров», «уважение» и т.д., приходится 65,9% объясняемой дисперсии. Это позволяет говорить об определяющей роли содержательного

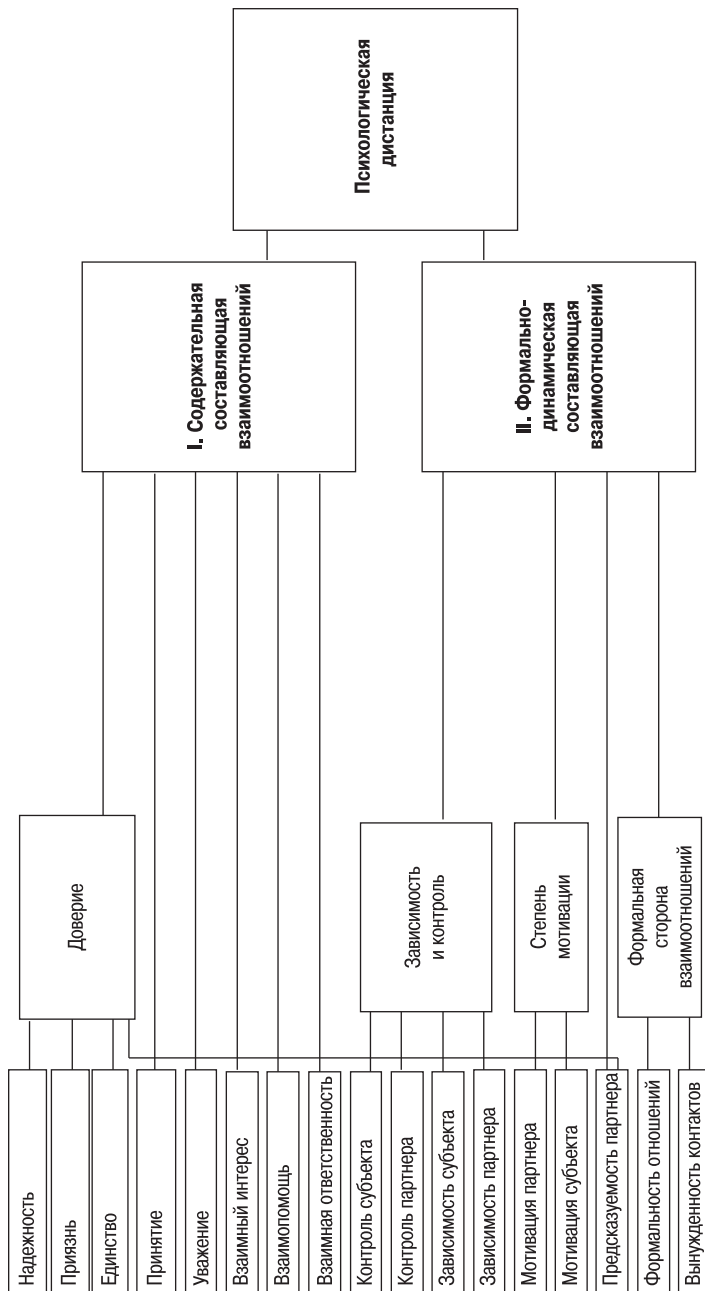


Рис. 1. Эмпирическая структура психологической дистанции

компонента взаимоотношений в категоризации социального окружения. Формально-динамические факторы психологической дистанции объясняют меньший процент дисперсии: «непредсказуемость объекта» (7,0%) и «формальная сторона отношений» (5,1%). Таким образом, можно выделить две основные составляющие психологической дистанции — **содержательную и формально-динамическую**. Однако вторичный факторный анализ дал результаты, опровергающие такой взгляд на структуру психологической дистанции, который оказался несколько упрощенным. Установлено, что фактор «формальная сторона взаимоотношений» очень тесно связан с «содержательной стороной взаимоотношений». На это указывает величина факторной нагрузки ( $-0,54$ ) и результаты корреляционного анализа, который показал, что особенно тесные связи у фактора «формальность» с факторами «доверия» (таблица 4).

Величина корреляционных связей и отрицательный знак говорят о важной роли неформальности и невынужденности отношений в восприятии надежности, единства и приязни партнера по взаимодействию. Т.е. формальная и содержательная стороны отношений тесно связаны. Формальная сторона отношений влияет на восприятие психологической дистанции как напрямую, так и опосредствованно — через формирование доверия, уважения, взаимной ответственности.

Во всех эмпирических структурах, характерных для различных «кругов» психологической дистанции, наиболее тесно связаны между собой факторы надежности, предсказуемости, приязни и единства. Как было сказано выше, эти факторы являются показателями меж-

**Таблица 4**

Коэффициенты корреляции фактора «формальная сторона взаимоотношений» с факторами блока «содержательная сторона взаимоотношений» ( $p < 0,05$ )

|                                    | Надежность | Приязнь | Единство | Помощь в делах | Взаимный интерес | Уважение | Взаимная ответственность | Принятие |
|------------------------------------|------------|---------|----------|----------------|------------------|----------|--------------------------|----------|
| Формальная сторона взаимоотношений | -0,64      | -0,67   | -0,53    | -0,47          | -0,41            | -0,47    | -0,35                    | -0,33    |



личностного доверия, следовательно, получила статистическое доказательство гипотеза о том, что доверие является одним из важнейших компонентов психологической дистанции. Вторая тесно связанная подгруппа включает факторы взаимной зависимости и контроля. Это говорит о том, что в представлениях респондентов чувства зависимости от другого человека и контроля с его стороны тесно связаны с чувствами контроля над ним и его зависимости.

В то же время, как и любое психологическое явление, структура психологической дистанции является достаточно гибким и динамичным явлением. Несомненно, существуют групповые и индивидуальные особенности взаимосвязей факторов. Мы предположили также, что значимость факторов категоризации может изменяться по мере увеличения психологической дистанции, т.е. при разделении на близкие «круги» психологической дистанции могут быть более значимы одни факторы, а при разделении на дальние «круги» — другие факторы. Это предположение подтвердилось в результате кластерного и вторичного факторного анализа результатов по каждому «кругу» в отдельности. Факторные структуры различных «кругов» оказались довольно близкими, но были выделены и некоторые их особенности.

В частности, были получены интересные различия при сравнении структуры психологической дистанции 2-го и 1-го «круга». Взаимоотношения с самыми психологически близкими людьми (семья) отличаются более высокой значимостью зависимости партнера и его заинтересованности во взаимодействии по сравнению с зависимостью и заинтересованностью субъекта. Соответственно, анализ средних значений показал, что на выборке сотрудников УВД показатели зависимости партнера и его заинтересованности во взаимодействии выше, чем аналогичные показатели субъекта. Сотрудники УВД также считают, что в большей степени контролируют своих самых близких людей, нежели сами находятся под их контролем. В то же время респонденты из выборки студенческой и работающей молодежи чувствуют себя более зависимыми и подверженными контролю со стороны представителей 1-го «круга», чем наоборот.

Важной особенностью отношений со 2-м «кругом» является сбалансированность влияния факторов взаимной ответственности, зависимости и контроля. Они имеют примерно равные факторные нагрузки и небольшую евклидову дистанцию. Численные значения этих показателей имеют примерно равные значения именно в отношениях со 2-м «кругом» психологической дистанции. Эти результаты были подтверждены на обеих выборках исследования и позволяют

говорить о решающей роли *взаимности и равноправия* в отношениях с представителями 2-го «круга» психологической дистанции (друзьями и наиболее близкими коллегами). Интересно проанализировать, какие показатели отношения наиболее значимо изменяются с увеличением психологической дистанции, т.е. являются ее критериями.

**Критерии психологической дистанции.** Попарное сравнение показателей 1-го и 2-го, 2-го и 3-го, 3-го и 4-го «кругов» по **t-критерию** показало, что величина показателей значимо изменяется при увеличении психологической дистанции (таблица 5). Это закономерно, поскольку выделенные факторы являются критериями психологической дистанции. В то же время установлено, что с ростом дистанции менее значимыми становятся показатели «приятности», «формальности отношений» и «зависимости субъекта», о чем можно судить по уменьшению величины T-критерия. В то же время возрастает значение «единства» «непредсказуемости объекта», «взаимного интереса», «помощи в делах» и «зависимости объекта» — T-критерий увеличивается. Значения показателя «степень мотивации субъекта» примерно одинаково высоко в отношениях со 2-м и 3-м «кругами». Т.е. при разделении на 2-й и 3-й «круги» этот показатель не является критерием ПД. Как видно из таблицы, фактор «надежности» сохраняет свою высокую значимость на всем континууме психологической дистанции.

Таким образом, при разделении близкого окружения на категории (в данном случае — на 1-й и 2-й «круги» психологической дистанции) респонденты в наибольшей степени опираются на следующие критерии: *надежность, приятность и неформальность отношений*. При категоризации психологически далеких людей, чужих (3-й и 4-й «круг») наиболее значимы критерии: *единство, помощь в делах, надежность и взаимный интерес*.

**Особенности факторной структуры психологической дистанции у работающей молодежи и студентов.** В результате кластерного и вторичного факторного анализа 13 факторов психологической дистанции в каждой группе молодежи были получены весьма схожие факторные структуры. Они были близки структуре, приведенной на рисунке 1. В то же время выявлены некоторые особенности факторной структуры в двух группах молодежи. Анализ показал, что при категоризации социального окружения для работающей молодежи более значимы факторы, относящиеся к блоку «взаимная ответственность, зависимость и контроль». У них этот блок факторов более независим (меньше связей с другими факторами, больше евклидовы расстояния) и объясняет больший процент дисперсии

**Таблица 5**  
 Различия между показателями 4 «кругов» психологической дистанции  
 (Т – критерий Стьюдента, Р – уровень значимости)

| Первичные факторы          | Различия в отношении к 1-му и 2-му кругу |       | Различия в отношении ко 2-му и 3-му кругу |       | Различия в отношении к 3-му и 4-му кругу |       |
|----------------------------|--|-------|---|-------|--|-------|
|                            | T  | P     | T   | p     | T  | P     |
| Надежность                 | 6,82                                     | <0,01 | 7,57                                      | <0,01 | 6,53                                     | <0,01 |
| Приязнь                    | 7,92                                     | <0,01 | 8,30                                      | <0,01 | 5,70                                     | <0,01 |
| Уважение                   | 4,56                                     | <0,01 | 4,03                                      | <0,01 | 5,33                                     | <0,01 |
| Принятие                   | 3,67                                     | <0,01 | 3,02                                      | <0,01 | 3,40                                     | <0,01 |
| Зависимость субъекта       | 4,36                                     | <0,01 | 2,81                                      | <0,01 | 2,71                                     | <0,01 |
| Непредсказуемость партнера | -0,83                                    | 0,4   | -2,73                                     | <0,01 | -1,61                                    | 0,1   |
| Зависимость партнера       | 3,09                                     | <0,01 | 3,52                                      | <0,01 | 4,74                                     | <0,01 |
| Формальность               | -6,41                                    | <0,01 | -6,34                                     | <0,01 | -3,38                                    | <0,01 |
| Единство                   | 4,22                                     | <0,01 | 6,54                                      | <0,01 | 7,10                                     | <0,01 |
| Взаимная ответственность   | 4,99                                     | <0,01 | 2,67                                      | <0,01 | 5,48                                     | <0,01 |
| Взаимный интерес           | 2,14                                     | 0,03  | 4,36                                      | <0,01 | 6,47                                     | <0,01 |
| Степень мотивации субъекта | -1,66                                    | 0,09  | -0,76                                     | 0,44  | 2,25                                     | 0,02  |
| Помощь в делах             | 3,75                                     | <0,01 | 5,42                                      | <0,01 | 6,59                                     | <0,01 |

Таблица 6

Нагрузки первичных факторов психологической дистанции во вторичном факторе «Взаимная ответственность, зависимость и контроль» у работающей молодежи и студентов

| Первичный фактор         | Нагрузка на вторичный фактор «Взаимная ответственность, зависимость и контроль» |             |
|--------------------------|---|-------------|
|                          | Работающие  | Студенты    |
| Зависимость субъекта     | 0,67  | <b>0,83</b> |
| Зависимость партнера     | <b>0,72</b>   | 0,68        |
| Взаимная ответственность | 0,83  | 0,81        |

(5,7% у работающих, 4,8% — у студентов). Различна и значимость отдельных первичных факторов этого блока. У работающих более значим фактор «зависимость партнера», у студентов — «зависимость субъекта» (таблица 6)

Есть и еще некоторые различия. Для работающих молодых людей фактор «помощь в делах» и фактор «принятия» более значимы, чем для студентов. И наоборот, фактор «уважения» для работающих менее значим, чем для студентов.

Различия в факторной структуре обусловлены особенностями жизнедеятельности двух изучаемых групп, следовательно, должны отличаться и их отношения с представителями различных кругов психологической дистанции. Психологическая дистанция, как было определено выше, является интегральным показателем отношения личности к представителям различных социальных категорий. Выделенные факторы психологической дистанции являются количественными показателями этого отношения. Мы поставили задачу выяснить, каковы же особенности взаимоотношений личности с представителями различных «кругов» психологической дистанции.

### 3.6. Взаимоотношения личности с представителями разных «кругов» психологической дистанции

Одним из результатов исследования имплицитных представлений о психологической дистанции стала методика, позволяющая оценить взаимоотношения личности с представителями различных «кругов» психологической дистанции. Она включала утверждения,

соответствующие выделенным на предыдущем этапе критериям психологической дистанции (Приложение 3). Респондентам необходимо было оценить частоту выраженности каждого признака в отношениях с различными «кругами» психологической дистанции. Частота оценивалась по 5-балльной шкале, где 1 балл — никогда, 5 баллов — всегда. Анализ оценок по 26 показателям позволяет достаточно полно характеризовать взаимоотношения с каждым «кругом» психологической дистанции.

На выборке **студенческой и работающей молодежи** в возрасте от 17 до 25 лет было установлено, что отношения с первым «кругом» характеризуются высоким уровнем признания, уважения, надежности, помощи в делах. Величина этих показателей равняется 4–4,5 баллам. Отношения характеризуются низким уровнем формальности (1,4 балла). Значения показателя «зависимость субъекта» несколько выше показателя «зависимость партнера». Наши респонденты чувствуют себя более зависимыми и подверженными контролю со стороны представителей 1-го «круга», чем наоборот. Интересно сравнить эти данные с результатами исследований других возрастных и социальных групп. В частности, на выборке сотрудников УВД, как будет показано ниже, выявлены противоположные особенности отношений с 1-м «кругом».

Взаимоотношения с представителями второго «круга» психологической дистанции отличаются более низким уровнем надежности, уважения, зависимости от партнера, помощи в делах, но особенно — признания и взаимной ответственности. Возрастает уровень формальности контактов. Как было отмечено ранее, важной особенностью факторной структуры 2-го «круга» психологической дистанции является сбалансированность влияния факторов взаимной ответственности, зависимости и контроля. Это позволило говорить о решающей роли *взаимности и равноправия* в отношениях с представителями 2-го «круга» психологической дистанции. Действительно, величины показателей «зависимость субъекта», «зависимость партнера», «взаимная ответственность» примерно равны и это является отличительной особенностью отношений личности с этим «кругом».

Представители третьего «круга» кажутся еще менее надежными и способными оказать помощь в делах, вызывают еще меньшую признательность. В отличие от представителей 2 предыдущих «кругов» они кажутся более непредсказуемыми, контакты с ними становятся более формальными и вынужденными.

Отношения с 4-м «кругом» характеризуют высокая формальность, низкий уровень надежности, единства, помощи в делах, взаимной

ответственности и взаимного интереса (менее 2 баллов). Особенно низки уровни приязни (1,57), зависимости партнера и возможности контролировать его поведение (1,47). Последний даже ниже, чем у показателя «зависимость субъекта».

Представленная динамика показателей взаимоотношений личности с другими людьми в зависимости от психологической дистанции позволяет дополнительно рассмотреть некоторые особенности этих отношений по отдельным показателям. Численные значения «надежности», «приязни», «принятия», «контроля партнера» и «зависимости субъекта», «контроля субъекта» и «зависимости партнера», «единства», «взаимной ответственности», «взаимного интереса» и «помощи в делах» *уменьшаются с ростом психологической дистанции*. При этом интенсивность и характер их уменьшения разный. Значения «формальности отношений» и «непредсказуемости», напротив, *возрастают с ростом психологической дистанции*. Значение показателя «помощь в делах», отражающего степень мотивации субъекта, при увеличении психологической дистанции *сначала возрастает, затем снижается*.

Помимо выявленных общих особенностей отношения молодых людей к различным кругам психологической дистанции, интерес представляет также и социально-групповая специфика этих отношений.

**Особенности отношения к социальному окружению двух различных групп молодежи.** Анализ данных по всем 4 кругам психологической дистанции показал, что у работающей молодежи значимо выше показатели «зависимости объекта», «взаимной ответственности» и «помощи в делах» (таблица 7).

Работающие молодые люди острее чувствуют свою ответствен-

**Таблица 7**

Различия в выраженности показателей психологической дистанции у студентов и работающей молодежи (баллы)

| Показатель                  | Среднее (m)<br>Студенты | Среднее (m)<br>Работающие | T-критерий<br>(t) | Уровень<br>значимости (p) |
|-----------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------|---------------------------|
| Зависимость<br>партнера     | 2,09                    | 2,40                      | -2,95             | 0,003                     |
| Взаимная<br>ответственность | 2,83                    | 3,09                      | -2,13             | 0,03                      |
| Помощь в делах              | 3,10                    | 3,36                      | -2,08             | 0,03                      |

ность перед другими людьми, осознают, что могут контролировать их действия и чувствуют их зависимость от себя. В то же время значимый показатель для этой категории молодежи — помощь в делах, которую могут оказать им другие люди.

Эти различия имеют место по всему континууму психологической дистанции. Отношения с отдельными кругами психологической дистанции у двух групп молодежи также имеют некоторые особенности. Отношения с первым кругом, который включает, как правило, семью и друзей, у обеих групп молодежи имеют много общего и характеризуются высоким уровнем приязни, надежности, уважения и принятия. Существуют различия в уровне «зависимости объекта» и «взаимного интереса». Эти показатели несколько выше (различия значимы на уровне тенденции) у работающей молодежи. Социально-экономический статус накладывает отпечаток на отношения с самыми близкими людьми, изменяется статус в ближайшем окружении. Интересно, что показатель «зависимость субъекта» («моя зависимость от него и его контроль надо мной») у обеих групп молодежи одинаков в отношении первого круга. В таблице 8 приведены наиболее интересные данные по двум группам.

Отношения со вторым «кругом» психологической дистанции имеют выраженные отличия у каждой группы молодых людей. Однако состав социальных групп этой категории различен у работающей молодежи и у студентов, поэтому сравнение отношений проводить довольно сложно. Напомним, что студенты ко второму кругу психологической дистанции относят, как правило, студентов своей группы или курса и друзей. Работающие люди включают в этот «круг» сотрудников своего предприятия или отдела, подчиненных, иногда — друзей и непосредственного руководителя.

Отношения с этими группами характеризуются высоким принятием и уважением, довольно высок уровень единства, надежности и принятия (уровень доверия). Основные различия в отношении со вторым «кругом» психологической дистанции в двух группах молодежи заключаются в более высоком уровне у работающей молодежи показателей «зависимости объекта», «взаимной ответственности» и «помощи, которую он может оказать мне в делах» (уровень значимости различий  $p < 0,05$ ). Несколько выше и «зависимость субъекта», а также «степень мотивации субъекта» (различия на уровне тенденций). Ранее было установлено, что при категоризации социального окружения для работающей молодежи более значимы факторы, относящиеся к кластеру «взаимная ответственность, зависимость и контроль». Показатели отношения к представителям второго круга подтвердили этот результат.

Таблица 8

Средние значения показателей отношений с представителями различных «кругов» психологической дистанции у работающей молодежи и студентов (баллы)

| Показатели отношений                                     | Студенты |          |          |          | Работающие |          |          |          |
|--|----------|----------|----------|----------|------------|----------|----------|----------|
|  | 1-й круг | 2-й круг | 3-й круг | 4-й круг | 1-й круг   | 2-й круг | 3-й круг | 4-й круг |
| 1. Я выяснил, что он надежен                             | 4,34     | 3,29     | 2,41     | 1,81     | 4,29       | 3,43     | 2,43     | 1,68     |
| 2. Поведение этого человека соответствует моим ожиданиям | 3,77     | 3,43     | 2,93     | 2,54     | 4,09       | 3,79     | 3,29     | 2,77     |
| 3. Испытываю чувство приязни, любви                      | 4,43     | 3,27     | 2,18     | 1,59     | 4,47       | 3,29     | 2,20     | 1,61     |
| 4. Мы принимаем друг друга такими, как есть              | 4,27     | 3,73     | 3,27     | 2,59     | 4,41       | 3,91     | 3,43     | 2,93     |
| 5. У нас общие интересы                                  | 3,75     | 3,62     | 2,72     | 2,00     | 4,04       | 3,59     | 2,90     | 1,97     |
| 6. Он зависит от меня                                    | 2,84     | 2,41     | 1,86     | 1,29     | 3,07       | 2,89     | 2,39     | 1,59     |
| 7. Я завишу от него                                      | 3,43     | 2,68     | 2,14     | 2,13     | 3,29       | 2,82     | 2,57     | 1,93     |
| 8. Он контролирует мои действия                          | 2,79     | 2,20     | 1,93     | 1,95     | 2,84       | 2,45     | 2,20     | 1,54     |
| 9. Я имею возможность контролировать его поведение       | 2,77     | 2,27     | 1,77     | 1,50     | 3,04       | 2,57     | 2,14     | 1,50     |
| 10. Я чувствую ответственность перед ним                 | 4,11     | 2,95     | 2,47     | 1,93     | 4,27       | 3,70     | 3,07     | 2,02     |
| 11. Между нами существует взаимопомощь                   | 3,43     | 2,61     | 2,39     | 2,16     | 3,62       | 2,98     | 2,20     | 1,66     |
| 12. Я испытываю к нему уважение                          | 4,45     | 3,79     | 3,27     | 2,57     | 4,48       | 3,82     | 3,07     | 2,20     |
| 13. Наши контакты носят вынужденный характер             | 1,54     | 2,23     | 3,25     | 3,61     | 1,43       | 2,27     | 3,00     | 3,37     |
| 14. Наши отношения формальны                             | 1,32     | 2,16     | 3,25     | 4,02     | 1,32       | 2,18     | 3,11     | 3,68     |
| 15. Я больше заинтересован в нашем взаимодействии чем он | 2,27     | 2,41     | 2,61     | 2,27     | 2,36       | 2,68     | 2,70     | 2,29     |



Мы считаем, что различия во взаимоотношениях со вторым «кругом» могут быть обусловлены различным составом социальных групп, входящих в него. Работающая молодежь включает в эту категорию людей, с которыми у нее существуют непосредственные производственные, экономические отношения. Более тесные связи и заинтересованность в экономическом результате могут вызывать более высокую взаимную ответственность, зависимость и помощь в делах.

Представителями третьего «круга» психологической дистанции являются для студентов, как правило, руководство вуза, студенты других факультетов, люди другой национальности, другого вероисповедания. Для работающих молодых людей третий «круг» включает чаще всего руководство и сотрудников предприятия, клиентов, людей другой национальности и другого вероисповедания, несколько реже — поставщиков. Отношения с этим «кругом» психологической дистанции характеризуются основными различиями между двумя группами молодежи. Работающие больше контролируют этих людей, сильнее чувствуют их зависимость от себя, а также взаимную ответственность и помощь, которую эти люди могут оказать в делах (уровень значимости различий  $p < 0,05$ ). Студенты испытывают по отношению к третьему «кругу» несколько большее уважение и в то же время считают эти отношения более формальными и вынужденными. Состав социальных групп 2-го и 3-го «кругов» психологической дистанции отражает особенности жизнедеятельности и социально-экономического статуса двух групп молодежи. На наш взгляд, это и обуславливает в большей степени различия во взаимоотношениях с представителями второго и третьего «кругов», которые выявлены в результате проведенного анализа.

Перечень социальных групп четвертого, наиболее удаленного «круга» психологической дистанции, у обеих групп молодежи очень схож. В него, как правило, входят представители государственных структур и общества в целом. Несмотря на одинаковый состав групп четвертого «круга», тем не менее выявлены существенные различия во взаимоотношениях с его представителями у студентов и работающих молодых людей. Студенты испытывают большее уважение по отношению к представителям 4-го «круга» ( $p = 0,06$ ), в то же время, считают себя зависимыми от них ( $p = 0,02$ ), а контакты с ними — вынужденными и формальными ( $p = 0,17$ ). У работающей молодежи значимо выше уровень принятия представителей 4-го «круга» и по-прежнему выше уровень зависимости партнера и контроля над ним (различия на уровне тенденции).

Учитывая, что состав социальных групп входящих в 1-й и 4-й «круги» психологической дистанции примерно одинаков у обеих групп

молодежи, анализ отношений с их представителями позволяет понять причины выявленных особенностей отношений студентов и работающих молодых людей с окружающими людьми. *Работающие молодые люди чувствуют себя более независимыми и менее подверженными контролю со стороны других людей, их отношения с другими людьми менее формальны и вынуждены, у них выше уровень принятия других людей. Чувство контроля над другими людьми является для них новым и поэтому высоко значимым.* Этим же, вероятно, объясняется более важная роль в факторной структуре психологической дистанции работающей молодежи блока факторов «взаимная ответственность, зависимость и контроль». Меньшее влияние на отношения работающих молодых людей оказывает фактор «уважение», и в то же время большее значение имеет помощь, которую человек оказывает в делах. Это может являться индикатором общей ориентации личности на дело, а не на общение с людьми. Таким образом, социально-экономический статус и направленность молодых людей накладывает отпечаток на их отношения с представителями всех групп социального окружения. Полученные данные интересно сопоставить с аналогичными результатами, полученными на выборке сотрудников УВД. Для того чтобы сделать их сопоставимыми, мы отдельно проанализировали данные сотрудников этого ведомства в возрасте до 30 лет.

**Особенности отношения к социальному окружению сотрудников УВД.** В таблице 9 приведены показатели отношения к различным «кругам» психологической дистанции по всей выборке сотрудников УВД и по группе молодых сотрудников. Это отношение оценивалось с использованием сокращенного варианта методики (Приложение 4). Наиболее примечательная особенность состоит в большей выраженности у сотрудников УВД показателя «между нами существует взаимопомощь» и «я больше заинтересован во взаимодействии» в отношениях со всеми «кругами» психологической дистанции (таблицы 8 и 9). Кроме того, привлекают внимание более высокие оценки зависимости и контроля в отношениях с самым близким «кругом» по показателям: «он зависит от меня»; «он контролирует мои действия»; «я имею возможность контролировать его поведение». В отличие от сотрудников УВД у группы студенческой и работающей молодежи более высоки показатели «я завишу от него» в отношении близкого человека. Интересно также, что у молодых сотрудников УВД наиболее высокий среди всех групп показатель ответственности перед самым близким «кругом» психологической дистанции (таблицы 8 и 9).

**Таблица 9.** Средние значения показателей отношений с представителями различных «кругов» психологической дистанции у сотрудников УВД (баллы)

| Показатели отношения к различным «кругам» психологической дистанции       | Вся выборка сотрудников УВД |         |                        |         |               |               | Сотрудники УВД в возрасте до 30 лет |                        |         |               |
|---|-----------------------------|---------|------------------------|---------|---------------|---------------|-------------------------------------|------------------------|---------|---------------|
|   | Самый близкий               | Близкий | Ни близкий, ни далекий | Далекий | Самый далекий | Самый далекий | Близкий                             | Ни близкий, ни далекий | Далекий | Самый далекий |
| 1. Он надежен   | 3,68                        | 4,40    | 3,17                   | 2,51    | 2,20          | 3,58          | 4,45                                | 3,16                   | 2,57    | 2,27          |
| 2. Поведение этого человека соответствует моим ожиданиям (он предсказуем) | 3,84                        | 4,32    | 3,18                   | 2,51    | 1,91          | 3,75          | 4,39                                | 3,17                   | 2,49    | 1,92          |
| 3. По отношению к нему я испытываю чувство прязни                         | 3,91                        | 4,03    | 3,07                   | 2,64    | 2,31          | 3,84          | 4,05                                | 3,12                   | 2,72    | 2,40          |
| 4. Мы принимаем друг друга такими, как есть                               | 4,37                        | 4,15    | 3,21                   | 2,47    | 2,35          | 4,34          | 4,21                                | 3,21                   | 2,48    | 2,38          |
| 5. У нас общие интересы   | 3,95                        | 3,79    | 3,10                   | 2,46    | 2,29          | 3,94          | 3,81                                | 3,04                   | 2,40    | 2,35          |
| 6. Он зависит от меня   | 3,39                        | 2,75    | 2,60                   | 1,98    | 1,99          | 3,38          | 2,70                                | 2,59                   | 1,95    | 2,00          |
| 7. Я завишу от него   | 3,08                        | 2,62    | 2,50                   | 2,38    | 2,10          | 3,09          | 2,57                                | 2,46                   | 2,34    | 2,12          |
| 8. Он контролирует мои действия   | 3,30                        | 2,48    | 2,57                   | 2,21    | 2,22          | 3,27          | 2,38                                | 2,55                   | 2,24    | 2,32          |
| 9. Я имею возможность контролировать его поведение                        | 3,75                        | 2,73    | 2,54                   | 2,18    | 2,10          | 3,77          | 2,58                                | 2,55                   | 2,19    | 2,18          |
| 10. Я чувствую ответственность перед ним                                  | 4,42                        | 3,52    | 2,90                   | 2,41    | 2,27          | 4,44          | 3,59                                | 2,83                   | 2,37    | 2,25          |
| 11. Между нами существует взаимопомощь                                    | 4,66                        | 3,99    | 3,23                   | 2,51    | 2,30          | 4,68          | 4,05                                | 3,19                   | 2,48    | 2,30          |
| 12. Я испытываю к нему уважение   | 4,54                        | 4,06    | 3,33                   | 2,80    | 2,46          | 4,59          | 4,08                                | 3,29                   | 2,74    | 2,53          |
| 13. Наши контакты носят вынужденный характер                              | 2,69                        | 2,30    | 2,97                   | 3,02    | 2,93          | 2,78          | 2,23                                | 2,94                   | 3,07    | 2,99          |
| 14. Наши отношения формальны  | 2,51                        | 2,18    | 3,19                   | 3,26    | 3,06          | 2,65          | 2,12                                | 3,20                   | 3,38    | 3,15          |
| 15. Я заинтересован во взаимодействии                                     | 3,99                        | 3,61    | 3,53                   | 3,13    | 2,97          | 4,00          | 3,67                                | 3,54                   | 3,17    | 3,12          |
| 16. Он заинтересован во взаимодействии                                    | 4,40                        | 3,82    | 3,18                   | 2,93    | 2,89          | 4,42          | 3,84                                | 3,12                   | 2,95    | 2,96          |

В исследовании, выполненном на выборке сотрудников УВД, респондентами оценивалось большее число «кругов» психологической дистанции (5) по сравнению с выборкой учащейся и работающей молодежи (4). Вероятно, поэтому полученные данные позволили выявить интересный феномен, который особо важен в контексте анализа места доверия в структуре психологической дистанции и роли доверия и недоверия в категоризации социального окружения. Как видно из таблицы 9, максимальная выраженность отдельных показателей доверия (надежность и предсказуемость) характерна для взаимоотношений со 2-м «кругом» психологической дистанции. При этом другие показатели доверия (взаимопомощь и общность интересов) сохраняют свою особую значимость в отношениях с 1-м «кругом», постепенно убывая с ростом психологической дистанции. Оценки приязни в отношении 1-го и 2-го «кругов» примерно равны. Чем же объясняется столь необычная — «пилообразная» — динамика отдельных компонентов доверия при росте психологической дистанции? Для того, чтобы высказать предположение на этот счет, напомним, что сотрудники УВД относят ко второму «кругу» психологической дистанции друзей, коллег своего подразделения, и в 22,8% случаев — непосредственного начальника. Можно сказать, что в отношении к этому «кругу» психологической дистанции проявляется специфика деятельности сотрудников УВД, которая приводит к тому, что требования к надежности и предсказуемости партнера более высоки в профессиональной сфере, чем в сфере личных отношений (семья и друзья). В то же время в отношении с последними более выражены единство и взаимопомощь. Таким образом, ранее сделанный вывод, согласно которому доверие является высокозначимым (ключевым) критерием психологической дистанции, необходимо дополнить положением о том, что отдельные основания доверия играют различную роль в формировании отношений с разными «кругами».

В целом проведенное сопоставление отношений представителей различных социальных групп показало, что профессиональная специфика и значимость для личности отдельных сфер жизнедеятельности накладывает отпечаток на ее отношение к различным кругам психологической дистанции и на значимость отдельных ее критериев.

### **3.7. Личностная детерминация психологической дистанции**

---

Выявленные групповые особенности структуры психологической дистанции и особенности взаимоотношений личности

с различными социальными категориями подтвердили наше предположение о том, что структура психологической дистанции — гибкая и динамичная конструкция. Несомненно, на восприятие психологической дистанции должны оказывать влияние и индивидуально-психологические переменные. Эта проблема заслуживает отдельного очень глубокого изучения. Несмотря на то, что подобный анализ не входил в основные задачи данного исследования, нами были получены интересные дополнительные результаты. Было сделано предположение о связи восприятия личности психологической дистанции и **личностной тревожности**. С этой целью в исследовании использовалась шкала Спилбергера. Выраженность 13 факторов психологической дистанции представляет собой достаточно полную характеристику отношения личности к другим людям. Конкретизируя гипотезу, мы предположили, что личностная тревожность связана с этим отношением. Корреляционный анализ показал, что высокая личностная тревожность имеет отрицательную связь с уважением и принятием других людей. Чем выше тревожность, тем менее выражено чувство взаимной ответственности и представление о том, что личность может контролировать поведение других людей (фактор «зависимость объекта»). В таблице 10 приведены корреляции между показателями отношения к другим людям и личностной тревожностью.

Как показал анализ отношений к представителям каждого из четырех «кругов» психологической дистанции, эти связи наиболее характерны для двух самых психологически близких «кругов». Полученные результаты и дальнейшие исследования индивидуально-психологических факторов психологической дистанции могут иметь практическое применение. Например, знание уровня личностной тревожности позволяет делать некоторый прогноз от-

**Таблица 10**

Коэффициенты корреляции между показателями отношения к другим людям и личностной тревожностью ( $p < 0,05$ ;  $N = 88$ )

| Показатель               | Личностная тревожность |
|--------------------------|------------------------|
| Уважение                 | -0,39                  |
| Принятие                 | -0,23                  |
| Зависимость объекта      | -0,31                  |
| Взаимная ответственность | -0,25                  |

ношений человека к социальному окружению, в частности, к членам коллектива.

Интересным является тот факт, что личностная тревожность связана с группой первичных факторов, обозначенных нами как «взаимная ответственность, зависимость и контроль». Ранее при анализе групповых особенностей восприятия психологической дистанции были обнаружены различия между двумя группами молодежи именно по этому блоку факторов. Можно сделать предположение о том, что значимость и степень выраженности этих факторов являются более динамичными по сравнению с другими факторами психологической дистанции. Это допущение требует проведения специального исследования. Однако уже сейчас нет сомнения в том, что структура психологической дистанции имеет групповые и индивидуально-психологические особенности. Кроме того, значимость и степень выраженности отдельных факторов изменяется по всему континууму психологической дистанции. Одни факторы, например, «взаимная ответственность, зависимость и контроль» в большей степени подвержены этим изменениям, чем другие. Значимость фактора «надежность» остается неизменно высокой по всему континууму психологической дистанции. Этот фактор также слабо зависит от групповых и индивидуально-психологических переменных.

Некоторые индивидуально-психологические особенности восприятия психологической дистанции были выявлены на выборке менеджеров коммерческих предприятий. В результате эмпирического исследования **факторов отношения к соблюдению нравственных норм** был выделен фактор «веры в людей (доверия чужим)» [6, с. 315–316]. Высокая выраженность переменных, образующих фактор, характеризует особый тип личности. Эта личность *большее количество людей относит к близким «кругам» психологической дистанции*. Кроме того, она сохраняет убеждение, что может предсказывать поведение и имеет много общего с человеком, который однажды не оправдал доверия. Факторный анализ показал, что такие люди характеризуются следующим сочетанием личностных факторов Кеттелла: открытость, добросердечие, общительность (А), эмоциональная устойчивость (С), активность в социальных контактах (Н), развитая склонность к эмпатии (I), в то же время ранимость, впечатлительность (О). Главная отличительная особенность подобных людей заключается в том, что они *не склонны сильно дифференцировать свое социальное окружение по степени психологической дистанции или по степени доверия*. Полученные результаты позволили предположить существование различных личностных типов категоризации соци-

ального окружения. В ходе проверки этой гипотезы были получены интересные результаты.

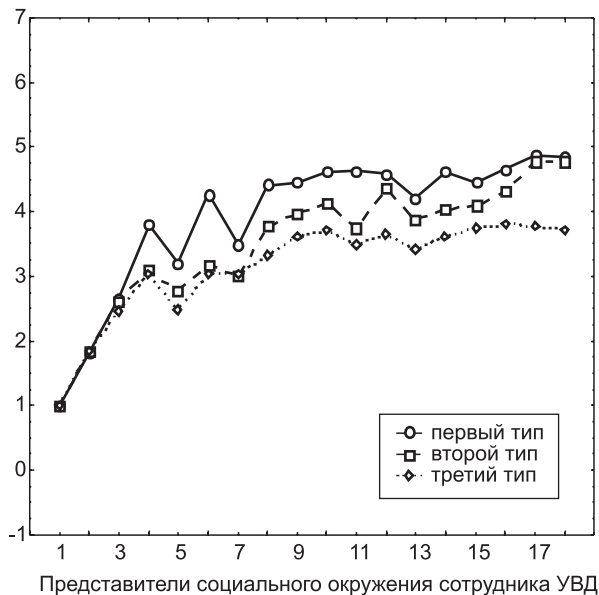
**Личностные типы категоризации социального окружения**<sup>1</sup>. В результате кластерного анализа распределений социального окружения по «кругам» психологической дистанции были выделены три основных типа. Анализ проводился на выборке сотрудников УВД (N=250). Результаты представлены в графическом виде на рисунке 2.

**Тип 1** превосходит все остальные по среднему значению величины психологической дистанции практически со всеми группами социального окружения. Исключением являются семья, друзья и коллеги подразделения — психологическая дистанция с этими группами примерно равная у представителей всех трех типов. По сравнению с первым типом **тип 2** отличается меньшей дистанцией с большинством групп социального окружения за исключением сотрудников ФСБ и правительства РФ. В отношении большинства групп этот тип занимает промежуточное положение среди двух других. Можно сказать, что для второго типа характерна высокая дифференциация и большая избирательность при установлении психологической дистанции с представителями различных социальных групп. **Тип 3** отличается наименьшей величиной психологической дистанции практически со всеми группами своего социального окружения. В то же время между вторым и третьим типами нет выраженных различий по степени психологической близости со следующими группами: семья, друзья, сотрудники других подразделений, руководство УВД, население города.

Был проведен анализ психологических и социально-демографических характеристик представителей трех выделенных типов. Наиболее интересные особенности их отношения к пяти кругам психологической дистанции заключаются в следующем. Отношения *со всеми категориями социального окружения* представителей **типа 1**, относящих большее число групп своего социального окружения к дальним кругам психологической дистанции, отличаются высокой формальностью, зависимостью и вынужденностью взаимодействия. Вероятно, это в определенной степени связано со спецификой профессиональной деятельности, поскольку тип 1 наиболее характерен для сотрудников патрульно-постовой службы. Для этого типа характерны также наименьшие оценки (за исключением 2-го «круга»)

---

<sup>1</sup> Эмпирические данные, представленные в данном разделе, собраны совместно с О.С. Ключко.



**Рис. 2.** Типы категоризации личностью социального окружения по величине психологической дистанции

**Обозначения:** 1 – семья; 2 – друзья; 3 – коллеги моего подразделения; 4 – сотрудники других подразделений; 5 – начальники подразделений; 6 – руководство УВД; 7 – население города; 8 – представители «групп риска»; 9 – местная администрация; 10 – представители судебных органов; 11 – представители МЧС; 12 – представители ФСБ; 13 – представители здравоохранения и социальной защиты; 14 – представители органов управления образования; 15 – представители ЖКХ; 16 – представители налоговой инспекции; 17 – правительство РФ.

показателя – «мы принимаем друг друга такими, как есть». Это говорит о том, что личность, в высокой степени дистанцирующая свое окружение, нетерпима к большинству людей. Интересно, что тип 1 в отношении первого «круга» психологической дистанции демонстрирует наименьшие оценки надежности, единства и взаимопомощи. Однако в отношениях со вторым «кругом» эти показатели выше, чем у других типов. Данные особенности отношения становятся понятными в результате анализа социально-демографических характеристик представителей типа 1. Он наиболее характерен для сотрудников в возрасте до 30 лет, холостых, имеющих стаж работы от 6 до 10 лет. Профессиональная деятельность патрульно-постовой службы также



обуславливает высокие требования к надежности, принятию, единству и взаимопониманию с ближайшими коллегами и напарниками.

В свою очередь, отношения представителей **типа 2** характеризуются наиболее выраженными показателями доверия (надежности, единства, приязни и предсказуемости) с первым «кругом» психологической дистанции. Кроме того, высокими являются показатели приязни, уважения, взаимопомощи и взаимной мотивации в отношениях со 2-м «кругом» (друзья, коллеги, реже — начальники подразделения). Этот результат стал понятен, когда было установлено, что тип 2 преимущественно встречается у сотрудников в возрасте 41–50 лет, разведенных, имеющих стаж работы более 15 лет. Отсутствие семьи и значительный стаж работы определяет особую значимость дружеских отношений и отношений с ближайшим окружением на работе. Данный тип чаще встречается у участковых уполномоченных милиции и сотрудников дорожно-патрульной службы. Интересно, что при оценке дальних «кругов» происходит резкое ухудшение многих показателей отношения, в частности, снижение доверия, ответственности, заинтересованности во взаимодействии, а также рост формальности и вынужденности контактов. Т.е. тип 2, сильно дифференцирующий свое социальное окружение по величине психологической дистанции, отличается также высокой дифференциацией отношения к различным категориям людей.

В отличие от двух предыдущих типов **тип 3**, имеющий наименьшую психологическую дистанцию, практически со всеми группами своего социального окружения, испытывает довольно высокий уровень приязни и принятия в отношении всех категорий. Кроме того, представители этого типа более позитивно оценивают надежность, взаимную ответственность, взаимопомощь и свою заинтересованность во взаимодействии с представителями дальних «кругов» психологической дистанции (3–5), несмотря на то, что отношения с ними носят вынужденный характер. Однако представители этого типа демонстрируют самые низкие показатели доверия, ответственности, уважения, заинтересованности во взаимодействии и высокие оценки своей зависимости и подконтрольности в отношениях со 2-м «кругом» психологической дистанции. Это может быть связано с тем, что тип 3 чаще встречается у женатых участковых уполномоченных и сотрудников дорожно-патрульной службы в возрасте 31–40 лет. Таким образом, у типа 3 более позитивное и терпимое отношение ко всем людям и социальным категориям, особенно к своей семье, сочетается с меньшей значимостью непосредственного рабочего окружения и сдержанным отношением к друзьям, коллегам и руководителям.

### Выводы по главе 3

---

1. В результате исследования достигнута концептуальная согласованность терминов «социальная дистанция», «психологическая дистанция», «межличностное доверие» и сформулировано определение психологической дистанции. *Психологическая дистанция* — это психологическое отношение к явлениям социального, материального и идеального мира, являющееся результатом категоризации субъектом окружающего мира и представленное в его сознании в пространственных и кинестетических эмоционально окрашенных образах. Частным случаем психологической дистанции является социально-психологическая дистанция, т.е. отношение к социальным объектам.

2. Полученные данные позволяют утверждать, что на величину психологической дистанции с различными социальными категориями оказывают влияние следующие *основные факторы*: базовые отношения и установки личности (направленность, общее отношение к социальному окружению и т.д.), значимость и функции конкретных социальных групп в жизнедеятельности субъекта, наличие и содержание опыта взаимодействия с их представителями, социальные стереотипы, индивидуально-психологические характеристики и др. В частности, различия деловой активности связаны с особенностями категоризации предпринимателями и менеджерами своего социального окружения. Предприниматели по сравнению с менеджерами воспринимают более близкими те группы, от которых зависит благополучие бизнеса (клиенты, потребители, поставщики). Установлено также, что категоризация социального окружения у разных групп молодежи в высокой степени определяется особенностями их социального и экономического статуса. На величину психологической дистанции с окружающими группами у сотрудников разных подразделений УВД влияют особенности профессиональной деятельности, в частности, интенсивность взаимодействия и заинтересованность в сотрудничестве с представителями этих групп.

3. На основании теоретического анализа сделано предположение о существовании единых факторов категоризации социального окружения как для межличностных, так и межгрупповых отношений. Конкретное эмпирическое исследование подтвердило эту гипотезу. Выделены следующие *первичные факторы социально-психологической дистанции*: надежность; приязнь; единство; уважение; принятие; взаимная ответственность; зависимость субъекта; зависимость партнера; взаимный интерес; степень мотивации субъекта; степень мотивации партнера; взаимопомощь; непредсказуемость партнера; формальность и вынужденность контактов.

Факторы психологической дистанции иерархически организованы. Выделены две основные составляющие психологической дистанции — содержательная и формально-динамическая стороны взаимоотношений личности с другими людьми. *Содержательная* (качественная) сторона взаимоотношений объединяет блок факторов «доверие», а также первичные факторы: «взаимопомощь», «взаимный интерес», «уважение», «взаимная ответственность» и «принятие». *Формально-динамическая* сторона взаимоотношений включает блоки факторов: «степень мотивации», «зависимость и контроль» и «формальная сторона отношений». Эмпирически установлена тесная взаимосвязь между формально-динамической и содержательной (качественной) стороной взаимоотношений личности с другими людьми. Формальная сторона отношений влияет на восприятие психологической дистанции как напрямую, так и опосредствованно — через формирование доверия, уважения, отношений взаимной зависимости и ответственности.

4. Из всей совокупности факторов психологической дистанции наиболее тесно между собой связаны факторы «надежности», «приязни», «единства» и «непредсказуемости партнера». Эти факторы являются компонентами доверия личности другим людям. В *структуре доверия* также можно выделить две основные составляющие — *содержательную* (надежность, приязнь, единство) и *формально-динамическую* (предсказуемость объекта). Таким образом, доверие — наиболее значимый фактор психологической дистанции. Однако отдельные основания доверия могут играть особую роль в формировании отношений с представителями различных «кругов» психологической дистанции. Так, специфика деятельности сотрудников УВД определяет более высокие требования к надежности и предсказуемости партнеров в профессиональной сфере по сравнению со сферой личных отношений (семья и друзья). В то же время в отношении с последними более значимы единство и взаимопомощь. Полученные данные указывают на то, что в отношении психологически равноблизких или равнодалеких категорий людей, но относящихся к различным сферам жизнедеятельности личности, наиболее значимыми могут быть разные основания доверия.

Значимость и уровень выраженности отдельных факторов, в том числе факторов доверия, изменяются по всему континууму психологической дистанции. Одни факторы, например, «взаимная ответственность, зависимость и контроль» в большей степени подвержены изменениям, чем другие. Наиболее *универсальным критерием категоризации* социального окружения, значимым на всем континууме

психологической дистанции и для разных сфер жизнедеятельности личности, является такое основание доверия, как *надежность*. Этот фактор также слабо связан с групповыми и индивидуально-психологическими переменными.

5. Проведенное сопоставление отношений представителей различных социальных групп показало, что *профессиональная специфика* и значимость для личности некоторых *сфер жизнедеятельности* накладывает отпечаток на ее отношение к представителям различных «кругов» психологической дистанции и на значимость отдельных критериев последней. В частности, выявлены групповые особенности восприятия психологической дистанции у работающей молодежи и студентов. При категоризации социального окружения для работающей молодежи более значимы факторы, относящиеся к блоку «взаимная ответственность, зависимость и контроль». Социально-экономический статус работающих молодых людей накладывает отпечаток на их отношения с представителями всех групп социального окружения — они чувствуют себя более независимыми и менее подверженными контролю со стороны других людей, их отношения являются менее формальными и вынужденными, у них также выше уровень принятия окружающих людей.

6. Выявлена взаимосвязь восприятия психологической дистанции и некоторых *личностных особенностей*. Установлено, в частности, что высокий уровень тревожности имеет отрицательную связь с уважением и принятием личностью других людей. Чем выше тревожность, тем ниже чувство взаимной ответственности и вера в способность контролировать поведение других людей.

Существует определенное сочетание *индивидуально-психологических свойств* личности (открытости, добросердечности, общительности, эмоциональной устойчивости, активности в социальных контактах, развитой склонности к эмпатии, ранимости и впечатлительности), которое связано с невыраженной склонностью личности сильно дифференцировать свое социальное окружение по степени психологической дистанции или по степени доверия.

Выделены *личностные типы категоризации* социального окружения и проведен анализ психологических и социально-демографических характеристик их представителей. *Тип 1* превосходит все остальные по среднему значению величины психологической дистанции практически со всеми группами социального окружения. Отношения представителей этого типа со всеми категориями социального окружения отличаются высокой формальностью, зависимостью и вынужденностью взаимодействия. Профессио-

нальная деятельность патрульно-постовой службы, сотрудники которой чаще относятся к типу 1, также обуславливает некоторые особенности отношения к социальному окружению, в частности, высокие требования к надежности, принятию, единству и взаимопониманию с ближайшими коллегами и напарниками. Для *типа 2* характерна высокая дифференциация и большая избирательность при установлении психологической дистанции с представителями различных социальных групп. Этот тип отличается также высокой дифференциацией отношения к различным категориям людей. *Тип 3* отличается наименьшей величиной психологической дистанции практически со всеми группами своего социального окружения. У этого типа более позитивное и терпимое отношение ко всем людям, различным социальным категориям особенно к своей семье, сочетается с более сдержанным отношением к друзьям, коллегам и руководителям.

\* \* \*

Выполненное исследование позволило выявить место доверия в структуре более общего феномена — психологической дистанции. Выделены две основные составляющие психологической дистанции и доверия — содержательная и формально-динамическая. В ходе специального анализа установлено, что выраженность отдельных показателей доверия в отношении к представителям различных категорий социально-психологического пространства субъекта изменяется неравномерно при увеличении психологической дистанции. В частности, значимость одного из факторов доверия «надежность» остается неизменно высокой на всем континууме психологической дистанции. Этот фактор также слабо связан с групповыми и индивидуально-психологическими переменными. Полученные данные послужили основой специального исследования структуры, а также групповых и личностных характеристик доверия и недоверия другим людям, представленного в следующей главе монографии.

### Литература к главе 3

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. 2-е изд. М.: Аспект Пресс, 2000. 288 с.
2. Брунер Дж. О перспективной готовности // Хрестоматия по ощущению и восприятию. М., 1975. С. 134–152.

3. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: ЧеРо, 1997. 344 с.
4. Доценко. Е.Л. Семантика межличностного общения: Автореф. дис... докт. психол. наук. М., 2000.
5. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Некоторые виды социально-психологических пространств самоопределяющегося субъекта // Психология образования: культурно-исторические и социально-правовые аспекты: Материалы III Национальной научно-практической конференции. Т.1. М., 2006. С. 180–181.
6. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003. 436 с.
7. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Психологическая дистанция между личностью и представителями различных социальных категорий // Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова М.: Изд-во “Социум”; “Институт психологии РАН”, 2001. С. 36–59.
8. Калмыкова О.И. Психологическая дистанция как показатель успешности педагогического взаимодействия в системе «учитель-подросток». Дис...канд. психол. наук. М., 2001. 182 с.
9. Ключко В.Е. Коммуникативная среда как фактор становления ментального пространства человека // Менталитет и коммуникативная среда в транзитивном обществе / Под ред. В.И. Кабрина, О.И. Муравьевой. Томск: Томский гос. университет, 2004. С. 30–44.
10. Кон И.С. Дружба. М., 1987.
11. Кроник А.А., Кроник Е.А. Психология человеческих отношений. Дубна: Издательский центр “Феникс”; Изд-во “Когито- Центр”, 1998. 224 с.
12. Купрейченко А.Б. Отношение личности к соблюдению нравственных норм в зависимости от психологической дистанции (у предпринимателей и менеджеров) Дис... канд.психол.наук. М., 2001.
13. Купрейченко А.Б. Психологическая дистанция между личностью и представителями различных социальных категорий // Социальная психология — XXI век. Т. 1. Доклады участников симпозиума. Ярославль: “ДИА — пресс”, 1999. С. 358–360.
14. Моль А. Социодинамика культуры. М., 1973.
15. Мясищев В.Н. Личность и неврозы. Л., 1960.
16. Обозов Н.Н. Межличностные отношения. Л.: ЛГУ, 1979.
17. Петровский А.В. «Решетка противостояний позиций» как принцип диагностики уровня развития личностных отношений // Вопросы психологии. 1985. № 2. С. 32–38.
18. Психологическая диагностика: проблемы и исследования. М., 1981.

19. Рубинштейн С.Л. Принципы и пути развития психологии. М.: Наука, 1960.
20. Современная психология: Справочное руководство / Отв. ред. В.Н. Дружинин. М.: Инфра-М, 1999. 688 с.
21. Сушков И.Р. Психология взаимоотношений. М.: Академический проект; ИП РАН, 1999. 448 с.
22. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983.
23. Шихирев П.Н. Современная социальная психология. М.: ИП РАН; КСП+; Академический Проект, 1999. 448 с.
24. Шмелев А.Г. Введение в экспериментальную семантику. М.: МГУ, 1983.
25. Энциклопедия психологических тестов. Общение, лидерство, межличностные отношения. М.: ООО "Издательство АСТ", 1997. 304 с.
26. Allen V.L. Infra-group, intra-group and inter-group: construing levels of organization in social influence // Perspectives on Minority Influence / Ed. S. Moscovici, E. Van Avermaet. Cambridge University Press, 1985. P. 217-238.
27. Berry I. A functional approach to the relationship between stereotypes and familiarity // Austral. J. Psychol. 1970. V. 22. Is. 1.
28. Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations / Ed. H. Tajfel, London: Academic Press, 1978.
29. Levicky R.J., Stevenson M., Bunker B.B. The three components of interpersonal trust: instrument development and differences across relationships. The Ohio State University: WPS. Feb. 1997.
30. Park R.E., Burgess E.W. Introduction to the Science of Sociology. Chicago, 1921.
31. Social cognition / Ed. J. Forgas. London: Academic Press, 1981.
32. Sorokin P.A. Social and Cultural Dynamics. N.Y.: The Bedminster Press, 1962. V. 1. Ch. 1.
33. Sorokin P.A. Social and Cultural Mobiliti. London: Collier-Macmillan, 1964.
34. Tajfel H. Experiments in a vacuum // The context of social psychology / Ed. J. Israel, H. Tajfel. London: Academic Press, 1972.
35. Tajfel H. Human groups and social categories: Studies in social psychology. Cambridge University Press, 1981.

## **РАЗДЕЛ II**

---

---

# **ДОВЕРИЕ И НЕДОВЕРИЕ В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА**

---

---





## ГЛАВА 4

### ГРУППОВЫЕ И ЛИЧНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДОВЕРИЯ/НЕДОВЕРИЯ ДРУГИМ ЛЮДЯМ

#### Введение

---

В главах 1 и 2 были приведены доказательства того, что доверие и недоверие являются относительно независимыми феноменами. Можно выделить критерии, основания, признаки, детерминанты и функции, как общие для доверия и недоверия, так и специфичные для каждого из них. Таким образом, в факторном пространстве (оснований, критериев, функций и т.д.) условно можно выделить зону, в которой доверие и недоверие относительно автономны и не связаны между собой, а также зону, в которой они взаимосвязаны и полярны друг другу. Для этой зоны верно такое понимание рассматриваемых феноменов, когда «доверию противопоставлено недоверие как противоположное (контрарное) или противоречащее (контрадикторное) ему понятие (и соответствующее ему явление)... Доверие и недоверие составляют в этой противоположности друг другу единство, поскольку существуют разные степени доверия и недоверия и переход одного в другое» [4, с. 174]. И.В. Антоненко и другие авторы для обозначения дихотомии «доверие-недоверие» используют термин «доверие в широком значении слова» [4, с. 175]. Интерес для исследователей, несомненно, представляет анализ обеих «зон» пространства факторов доверия и недоверия.

Во второй главе акцент был сделан на дифференцирующих доверие и недоверие критериях, признаках и функциях. В изложении результатов исследований, представленных ниже, сфокусировано внимание на общих свойствах и элементах доверия и недоверия. Во избежание разночтений в той части данной работы, где анализируются доверие и недоверие как взаимосвязанные, дихотомичные

феномены, будет использоваться понятие «доверие/недоверие». Там же, где они понимаются, как относительно автономные явления, будет употребляться словосочетание «доверие и недоверие».

Выше было также отмечено, что изучение структуры доверия/недоверия является одним из наиболее перспективных направлений исследований. Определение составляющих элементов данных феноменов и оценка их выраженности у представителей разных социальных групп и личностных типов открывает возможности для выявления основных закономерностей формирования доверительных отношений. Особая сложность исследований в этом направлении объясняется несогласованностью точек зрения разных авторов на сущность доверия и его соотношение с близкими феноменами и, как следствие, наличием принципиально различных подходов к его оценке. Существующие на сегодняшний день методики измерения доверия разработаны в соответствии с различными концептуальными подходами. Большая часть из них создана зарубежными авторами, что затрудняет их перенос и адаптацию. В связи с этим одной из основных задач и одновременно важным результатом данного исследования, безусловно, можно считать разработку методики оценки доверия и недоверия личности другим людям, построенной на основе теоретико-эмпирического анализа содержания и структуры доверия и учитывающей современные российские социокультурные особенности.

В настоящей главе представлено описание авторской методики изучения доверия/недоверия и процедуры ее разработки. Приведены также результаты исследования личностных и групповых факторов доверия/недоверия, полученные с помощью созданной методики. Проведено сопоставление результатов исследований, выполненных с применением авторской и других методик оценки доверия. Выборка составила 1378 человек, из них 809 принимали участие в исследовании на этапе разработки и психометрической проверки методики. Важным результатом явилось построение эмпирической психологической типологии доверия/недоверия, что отечественными исследователями ранее не проводилось. В заключительной части главы намечены перспективные направления исследования с использованием разработанной методики.

#### **4.1. Основные методические подходы к оценке доверия**

---

В зависимости от задач исследования и концептуальных представлений авторов о содержании и факторах доверия в настоя-

щее время создан широкий спектр методических подходов к оценке различных видов доверия личности, в частности, доверия к миру [37, 48], к себе [19], к другим людям [19, 44, 49]. В качестве наиболее ранних методических приемов следует отметить опросники, которые разработали У. Фей (1955), М. Розенберг (1957), Дж. Б. Роттер (1967), Л. Райтсман (1964, 1974) и др. [39, 51–53, 56, 57]. Методика «Вера в людей» М. Розенберга оценивает общее доверие к людям и человеческому сообществу, а не к конкретным социальным группам и их представителям. В ней содержатся, в частности, следующие высказывания: «Человек по своей природе склонен к сотрудничеству»; «Можете ли Вы сказать, что большинство людей более склонны помогать другим или более склонны заботиться только о себе»; «некоторые говорят, что большинству людей можно доверять» [51]. Дж. Б. Роттер является автором методики, которая оценивает обобщенные ожидания личности в отношении других людей, социальных групп, социальных институтов и мира в целом. Доверие личности оценивается по степени согласия, например, с такими высказываниями: «Имея дело с незнакомцами, люди ведут себя осторожно до тех пор, пока не будут получены доказательства, что те являются заслуживающими доверия»; «Эта страна имеет темное будущее, если мы не можем привлечь в политику лучших людей»; «На обещания родителей обычно можно полагаться»; «Организация Объединенных Наций никогда не будет эффективной силой в сохранении мира во всем мире»; «Будущее кажется весьма многообещающим» [52].

Альтернативой обобщенного подхода к доверию, представленного в описанных методиках, являются «Специфические шкалы доверия», которые разработали С. Джонсон-Джордж и У.С. Свеп. Шкалы оценивают доверие личности другому человеку по четырем категориям отношений: доверие другому в отношении материального имущества, доверие в сфере выполнения обещаний, доверие тайн и конфиденциальной информации, доверие, связанное с физической безопасностью [43]. По аналогичному принципу построен «Рефлексивный опросник уровня доверия к себе» Т.П. Скрипкиной. Эта методика оценивает степень доверия личности себе в различных сферах жизнедеятельности, в частности, в профессиональной, интеллектуальной, бытовой, семейной и т.д. [19, с. 238]. В работах Т.П. Скрипкиной используется также социометрический прием определения уровня доверия личности к другим людям [19, с. 244].

Отдельную группу образуют методики, оценивающие не только *степень доверия* в различных сферах жизнедеятельности, но также и основания доверия личности. Так, Дж. К. Рэмпл

и Дж. Ж. Холмс создали методику, оценивающую *выраженность в отношениях личности с близкими людьми следующих трех компонентов доверия*: надежности («Я уверен, что партнер не будет вести себя нечестно по отношению ко мне, даже если знает, что его не поймают на обмане»), предсказуемости («Мой партнер очень последователен») и веры («Я могу положиться на партнера, даже если покажу ему свою слабость») [49]. Несколько иная структура доверия лежит в основе методики, которую разработали Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер. Они выделяют три основных слагаемых доверия: доверие, основанное на расчете («Этот человек делает то, что он обещал»; «Я слышан от других людей о его хорошей репутации»), доверие, основанное на знании («У меня достаточный опыт общения с этим человеком»; «мне кажется, что я хорошо его знаю»), доверие, основанное на тождестве («У нас с ним общие интересы»; «У нас — общие жизненные ценности») [44]. Методика оценивает показатели трех компонентов доверия и средний показатель доверия в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и в отношениях с человеком, который доверия не оправдал. Такой прием позволяет оценивать наряду с отношениями доверия также и отношения недоверия личности.

Большой спектр методических приемов создан в области организационной психологии. Известны опросники, оценивающие доверие к различным видам организаций, а также к различным группам работников и аспектам жизнедеятельности организации [27, 47]. В основе этих методик лежат представления их авторов об основаниях доверия в коллективе. В частности, Р.Б. Шо выделяет следующие ключевые императивы доверия в организации: результативность деятельности, порядочность взаимоотношений и проявление заботы о людях [27]. Поддержание нужного доверия в организации требует баланса этих императивов, даже если они вступают в конфликт друг с другом. Р.С. Мейер и Дж. Г. Дэвис создали методику доверия работников организации ее менеджерам, которая включает три компонента: последовательность («Руководство компании старается поступать справедливо»), доброжелательность («Руководство компании искренне стремится понять, что волнует сотрудников»), компетентность («Руководство компании хорошо знает свою работу») [47].

Помимо опросных методов, существует еще целый ряд методических приемов для оценки доверия. Специалистов прикладных отраслей науки чрезвычайно беспокоит проблема прогнозирования доверительного поведения людей в конкретных ситуациях. Обилие средовых и мотивационных факторов приводит к тому, что, как по-

казали Е. Глэйзер, Д. Либсон с соавт., фактически отсутствует связь между аттитюдами доверия, измеренным при помощи опроса, и доверительным поведением, наблюдаемым в экспериментальной среде [40]. Поэтому в последнее время исследователи в области экономической психологии довольно часто используют экспериментальные методы изучения доверия партнеров при заключении сделок. С этой целью разрабатываются специальные диагностические процедуры и деловые игры, позволяющие производить статистический анализ и строить математические модели доверия [29, 30, 32–36, 38, 41, 45, 46, 55]. Например, как эксперименты, основанные на так называемой инвестиционной или доверительной игре, которая впервые была предложена Дж. Бергом, Дж. Дикхаутом, и К. Мак-Кабом [31]. Описание одной из таких инвестиционных игр приводят **Ф. Болл и Д. Кэхлер (Приложение 6) [33]**.

По мнению этих исследователей, игра ставит субъектов в ситуацию, когда анонимные партнеры вызываются к доверию и к вознаграждению доверия [33]. Субъект может проявить недоверие к незнакомому партнеру, но может и довериться ему. В свою очередь тот может злоупотребить доверием (эксплуатация доверия), а может вознаградить за проявленное доверие. Наблюдатели оценивают предпочтение партнерами названных стратегий. Так, в результате исследования, проведенного М. Вилингером с соавт. на немецких и французских студентах, установлено, что средний уровень инвестиций в игру существенно выше в Германии, но уровень взаимности (сотрудничества) в двух странах не обнаруживает значительного различия [55, с. 447].

Широкий репертуар диагностических приемов доверия членов группы отдельным его представителям создан специалистами в области психологического тренинга [24, 25]. Разработанные ими игры и упражнения позволяют не только оценивать степень доверия в группе, но и формировать доверительные отношения, сплоченность и толерантность. Наряду с играми, устранить психологические и социальные барьеры при диагностике доверия другим людям способны проективные методы. Применение таких способов оценки доверия является чрезвычайно перспективным, но пока еще слабо проработанным направлением. В качестве примера можно привести использование теста Л. Сонди в ходе исследования роли межличностного доверия в социальной перцепции, выполненного под руководством А.Л. Журавлева [15].

В современных социально-психологических, экономико-психологических и социологических исследованиях нередко используется

прямая оценка респондентами уровня доверия к тому или иному объекту. Такой прием используется в работах А.Л. Журавлева и В.А. Сумароковой, В.П. Познякова и др. [7, 16]. В их исследованиях доверия предпринимателей использовались следующие показатели: оценка доверия к государственным структурам и предприятиям; оценка характера отношений со стороны государственных органов; оценка доверия к предпринимательским структурам и предприятиям; оценка надежности большинства нынешних партнеров по бизнесу. Имплицитные представления о доверии при помощи интервью и экспертного опроса анализировались в работах П.Н. Шихирева и И.В. Антоненко [4]. И.В. Антоненко проводил также контент-анализ публикаций в российских СМИ для изучения представленности различных контекстов упоминания доверия и его характеристик. По мнению автора, такой анализ позволяет выявить «проблемные поля феномена доверия и остроту этих проблем» в современном социальном пространстве России [4, с. 154].

Некоторые из названных подходов легли в основу методических разработок, представленных в данной монографии. В главе 2 описана процедура разработки опросника для выявления критериев доверия и недоверия личности. При его создании использовались различные методические приемы – опросы в открытой и закрытой форме, а также фокус-группы. Полученная методика оценивает, на основании каких признаков личность принимает решение о доверии и недоверии другому человеку. Респондентам предложено оценить критерии доверия и недоверия трем различным категориям людей – незнакомому человеку, знакомому и близкому. Данный подход не предполагает анализ отношений с каким-либо конкретным человеком. При такой постановке вопроса в ходе исследования выявляются некоторые основные принципы социального познания и взаимодействия личности с другими людьми, а также ее основные предпочтения и предубеждения.

Однако возможен и другой подход к анализу особенностей доверия и недоверия личности – через анализ взаимоотношений с конкретными людьми, которым личность доверяет и не доверяет в наибольшей степени. Такой подход, реализован в упомянутых выше методиках Дж. Ремпела и Дж. Холмса, Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер, а также П. Ринга и А. Ван де Вена [44, 49, 50]. В данных опросниках используется следующий прием: респонденты оценивают выраженность определенных характеристик в своих отношениях с определенными людьми. Инструкция методики Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер, кроме того, предполагает сопоставление по одноименным шкалам оценок отношения к человеку, которому доверяют, и к человеку, который

доверия не оправдал [44]. Их величина является показателем значимости данного показателя для доверия/недоверия личности. Т.е. чем выше разница оценок по шкале надежности в отношениях к этим двум категориям людей, тем более значима надежность в формировании доверия или недоверия личности.

Данный принцип использован и в предлагаемом ниже авторском опроснике доверия/недоверия личности другим людям. У этого приема, как и у любого другого, существует ряд ограничений. В первую очередь они связаны с тем, что отношения с конкретными людьми отличаются неповторимостью и своеобразием, которые не всегда можно интерпретировать как устойчивые личностные особенности доверия и недоверия. Кроме того, большинство окружающих личность людей не может быть отнесено к двум рассматриваемым категориям (человек, которому доверяют, и человек, которому не доверяют, в наибольшей степени). Поэтому сложно сказать, в какой степени оценки отношений с этими категориями позволяют прогнозировать особенности доверительных отношений в профессиональной, дружеской и других сферах жизни человека. Проведенные эмпирические исследования позволили внести в этот вопрос некоторую ясность. Как будет показано в главе 6, по результатам корреляционного анализа, наибольшие связи с отношениями в коллективе организации имеют оценки отношения личности к человеку, который доверия не оправдал. Этот результат говорит о том, что в отношении к данному человеку проявляются наиболее значимые и устойчивые особенности доверия/недоверия другим людям.

#### **4.2. Разработка и валидизация методики оценки доверия/недоверия личности другим людям**

---

**Начальный этап** разработки методики был посвящен определению структуры межличностного доверия. Учитывая разночтения в понимании доверия, был проведен теоретический и эмпирический анализ структуры этого феномена с целью выявления основных компонентов – слагаемых доверия. Результатом явилась совокупность факторов, наиболее часто и обоснованно используемых разными авторами: вера в людей (Э. Эриксон, Дж. Б. Роттер и др.) [28, 53], предсказуемость (знание) (Дж. Ремпел и Дж. Холмс, Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер, П. Ринг и А. Ван де Вен и др.) [44, 49, 50], надежность (Дж. Батлер, Дж. Ремпел и Дж. Холмс, Л. Хосмер и др.) [35, 42, 49], единство (сходство, тождественность) (А.Л. Журавлев и



В.А. Сумарокова, Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер, Л. Заккер и др.) [7, 44, 58]. Из этого перечня были выделены основные **три компонента** доверия, которые легли в основу авторской методики:

1. **Предсказуемость или Знание**, под которым мы понимаем представление субъекта о том, насколько хорошо он знает человека, по отношению к которому оценивается уровень доверия, и насколько он способен предсказывать его поведение в ситуации неопределенности.
2. **Надежность** – представление субъекта о том, способен или нет, другой человек оказать помощь, поддержать в трудной ситуации.
3. **Единство** (тождественность) – представление субъекта о наличии у него с другим человеком общих целей, принципов или мировоззрения.

В результате были разработаны три шкалы, каждая содержала пять утверждений. Респонденты оценивали степень своего согласия с каждым утверждением по 5-балльной шкале. При создании шкал, помимо авторских, использовались также вопросы из методик Р. Левицки, М. Стивенсона и Б. Банкер, а также Дж. Ремпела, Дж. Холмса и М. Занна [44, 49]. Процедура предусматривала оценку степени согласия с каждым утверждением по отношению к двум категориям людей – «человек, которому я доверяю больше всего», «человек, который доверия не оправдал». Таким образом, сравнивались показатели по каждой шкале (надежность, предсказуемость, единство) по отношению к этим двум категориям людей. Разница показателей позволяет определить значимость каждого из 3 факторов. Например, если разница показателей по отношению к двум категориям людей по шкале надежности высокая, следовательно, фактор надежности является значимым критерием доверия/недоверия для данного респондента.

Следует пояснить, почему в качестве индикатора отношений недоверия личности используются оценки человека, который доверие не оправдал. Другие возможные варианты, например, оценки человека, которому личность не доверяет сильнее всего, были отвергнуты по следующим соображениям. Во-первых, как свидетельствуют результаты наших исследований, к категории людей, которым не доверяют больше всего, многие респонденты относят людей незнакомых, непонятных, «чужих», взаимодействие с которыми затруднено по объективным причинам. Т.е. далеких не только психологически или социально, но также во временном и пространственном измерении. Во-вторых, недоверие к этим людям не является устойчивым состоянием, оно может смениться доверием по мере узнавания в ходе взаимодействия.

В то время как человек, который не оправдал доверие, хорошо известен субъекту и принадлежит к близкой социальной группе. Таким образом, сопоставляя отношение к человеку, которому субъект доверяет больше всего, и к человеку, который доверие не оправдал, мы изучает содержательную сторону отношений, снижая влияние формально-динамических и статусно-ролевых характеристик. Кроме того, обман и предательство доверия являются для многих респондентов, образно говоря, «точкой невозврата», после которой вернуть доверие практически невозможно. Однако некоторые люди по различным мотивам и соображениям сохраняют позитивное отношение к другому даже в такой ситуации. Таким образом, анализ отношения к человеку, не оправдавшему возложенного доверия, позволяет выявить наиболее характерные индивидуальные особенности недоверия личности другим людям.

**Вторым этапом** разработки методики выступила ее апробация на выборке из 75 человек, проведенная в 1999—2001 г.г. совместно с Е. Пономаревой. Были поставлены следующие задачи: 1) отсеять неработающие утверждения, 2) проверить независимость шкал методики, 3) разработать эмпирическую типологию доверия.

Для решения двух первых задач применялся корреляционный и факторный анализы. Был установлен высокий уровень независимости трех шкал и, следовательно, получено подтверждение 3 факторной модели доверия личности другим людям. Удалось отсеять некоторые не работающие утверждения, например, следующее: «Иногда я боюсь создать конфликт своими действиями или словами, т.к. не знаю реакции этого человека». Это утверждение, заимствованное из методики Дж. Ремпела и Дж. Холмса и М. Занна [49], выступало одним из пунктов шкалы «предсказуемость». Однако результаты факторного анализа показали, что оно относится к другому фактору, связанному не с предсказуемостью, а с конфликтным поведением. В результате доработки методики были отобраны 15 утверждений, по 5 — на каждую шкалу.

Для проверки диагностических возможностей методики была построена предварительная типология доверия/недоверия личности другим людям. Так, была выдвинута гипотеза о том, что выделенные типы будут различаться уровнем доверия. Т.е. предполагалось, что будут получены «высоко-» и «низкодоверяющие» типы. Кластерному анализу по методу К-средних подверглись шесть основных переменных. Установлено, что наибольшие различия между людьми заключаются не в уровне доверия: «высокодоверяющий» и «низкодоверяющий», а в степени дифференциации показателей по отношению к двум категориям людей: «человек, которому я доверяю больше всего», «человек,

который доверия не оправдал». В концептуальном плане это очень важный результат – высокого уровня доверия с близкими людьми ни в коей мере не предполагает высокий уровень доверия по отношению к далеким категориям людей. Именно степень дифференциации отношения к этим двум категориям выступала основой типологии. Были выделены следующие **типы**:

1-й тип характеризуется высоким уровнем показателей доверия по отношению к «человеку, которому доверяют больше всего» и самыми низкими показателями доверия по отношению к «человеку, который доверия не оправдал». Тип, отличающийся *высокой степенью дифференциации показателей доверия по отношению к различным категориям людей*, получил условное название **«максималист»**.

2-й тип отличается *низкой степенью дифференциации отношения к человеку, которому личность доверяет больше всего, и отношения к человеку, который доверия не оправдал*. Тип получил условное название **«понимающий людей»**.

3-й тип характеризуется низкими показателями доверия по отношению к «человеку, которому доверяют больше всего», и высокими показателями доверия по отношению к «человеку, который доверия не оправдал». Т.е. представители 3-го типа используют иные критерии доверия другим людям. Эти люди склонны заменять подлинное доверие верой или расчетом. Подобный результат согласуется с данными других исследователей, в частности, предположением о существовании эмоционального типа доверия. В соответствии с этим тип получил условное название **«эмоционально доверяющий»**.

Описанная типология позволила определить дальнейшее направление доработки методики. В нее были добавлены шкалы «Приязнь» и «Расчет», что позволило определять склонность личности заменять подлинное доверие в своих отношениях с другими людьми верой или расчетом.

Детальное описание психологических портретов и социально-демографических характеристик представителей выделенных типов приведено в разделе, посвященном эмпирическому исследованию с помощью методики измерения доверия личности другим людям. Выделенные типы были сопоставлены с результатами исследования с использованием методики Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер. Доработанная в результате сопоставления типология является основой для проведения диагностики доверия личности другим людям.

**Третий этап** разработки методики заключался в ее окончательной доработке, а также проверке надежности и валидности. Психометрическая проверка методики осуществлялась на выборке из 734 человек.

Социально-демографические характеристики респондентов представлены в таблице 1. Кроме того, 100 респондентов приняли участие в проверке методики на ретестовую надежность с временным интервалом 2,5–3 месяца ( $r=0,40-0,74$  при  $p<0,001$ ). Показатели ретестовой надежности оказались более высокими, чем мы ожидали. Поскольку отношения личности с конкретными людьми являются динамичным феноменом, предполагалось, что они способны существенно измениться за период между двумя тестированиями. Помимо этого, у некоторых респондентов могли поменяться оцениваемые люди, т.е. те, кому личность доверяет или не доверяет больше всего. Однако, как видно из показателей надежности, отношения доверия/недоверия

**Таблица 1.** Социально-демографические характеристики выборки

| Показатели                | Количество респондентов, указавших свои данные | Процент от числа респондентов, указавших свои данные |
|---------------------------|--|--|
| <b>ПОЛ</b>                |  |  |
| Мужчины                   | 265  | 38,8   |
| Женщины                   | 417  | 61,2   |
| <b>ВОЗРАСТ</b>            |  |  |
| 17–20 лет                 | 134  | 21,0   |
| 21–30 лет                 | 349  | 54,7   |
| 31–40 лет                 | 91   | 14,3   |
| 41–50 лет                 | 50   | 7,8  |
| старше 51 г.              | 14   | 2,2  |
| <b>ОБРАЗОВАНИЕ</b>        |  |  |
| Среднее                   | 150  | 23,7   |
| Незаконченное высшее      | 332  | 52,4   |
| Высшее                    | 151  | 23,9   |
| <b>ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>   |  |  |
| Студенты                  | 213  | 36,5   |
| Рядовые наемные работники | 120  | 20,5   |
| Менеджеры                 | 186  | 31,9   |
| Предприниматели           | 65   | 11,1   |

являются довольно устойчивой личностной характеристикой.

Содержательная валидность методики и ее структура подтвердились с использованием факторного анализа по методу главных компонент с использованием вращения **Varimax raw**. **Факторный** анализ подтвердил правомерность выделения в структуре методики 5 основных шкал доверия/недоверия: надежность, приязнь, единство, расчет и знание. Однако данный анализ также в очередной раз подтвердил асимметрию доверия и недоверия личности. В структурах отношений доверия и недоверия, помимо совпадающих факторов, выделены факторы, специфические для каждого из этих феноменов. В таблице 2 приведены факторные структуры отношений доверия и недоверия личности, полученные в результате статистической обработки данных 734 респондентов.

В главе 2, посвященной эмпирическому исследованию критериев доверия и недоверия, были выделены три основные группы: характеристики партнера (как заслуживающего или не заслуживающего доверия), характеристики субъекта (самооценка заинтересованности и способности к социальному познанию и взаимодействию, например, самооценка социальной компетентности) и характеристики условий и процесса взаимодействия. Анализ представленных в таблице 2 факторов также показывает, что при формировании доверия или недоверия значимыми являются как особенности другого человека, так и самооценка способности субъекта прогнозировать его поведение и строить взаимодействие. Об этом свидетельствует, в частности, распределение высказываний, первоначально включенных в шкалу «Предсказуемость», по трем различным факторам. В частности, наряду с фактором «Знание», относящимся к самооценке субъекта («Мне кажется, я хорошо знаю его»; «Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение») был выделен фактор «Непредсказуемость объекта» («Он непредсказуем»). «Особняком» стоит еще один показатель, который в первоначальном варианте методики был отнесен к шкале «Предсказуемость». Высказывание «Поведение этого человека соответствует моим ожиданиям» слабо связано с предыдущими высказываниями, поскольку обуславливается, скорее, особенностями процесса взаимодействия и мотивацией партнеров, а не их устойчивыми личностными свойствами.

В целом, факторный анализ подтвердил концептуальную модель, включающую «симметричные» шкалы доверия/недоверия. Были выделены следующие соответствующие им факторы: «Единство», «Надежность», «Приязнь», «Знание», «Расчет». Кроме того, были выделены «несимметричные» факторы доверия и недоверия. В от-

ношениях недоверия это описанный выше фактор «Непредсказуемость». Среди факторов доверия выделен также один значимый фактор, не имеющий аналогов в структуре недоверия и отражающий представление личности о недостатках другого человека. Этот фактор, получивший соответственно название «Недостатки», является вторым по значимости и, следовательно, оценки по нему в высокой степени дифференцируют различных людей и социальные группы. По нашему мнению, он может иметь общие основания с выделенными ранее при исследовании критериев доверия и недоверия факторами отношения к слабостям и недостаткам других людей, а также отношения к неблагополучному или неудачливому человеку (глава 2). Выделение этого фактора является свидетельством того, что в отношении человека, которому личность доверяет больше всего, различия между людьми заключаются не столько в оценке достоинств другого человека, сколько в отношении к его недостаткам. Кроме того, существование фактора «Недостатки» подтверждает *распространенность амбивалентного отношения* личности к другим людям. Так, высоко доверяя человеку, некоторые люди сохраняют способность реалистично оценивать его слабые стороны и настороженно относиться к их возможным проявлениям.

Таким образом, **факторная структура доверия**, объясняющая 54,8% дисперсии, включает следующие составляющие:

Фактор 1 – «Единство» (21,6% дисперсии) определяется по следующим показателям: «У нас одинаковое восприятие мира»; «У нас одинаковые жизненные ценности»; «У нас с ним общие интересы»; «Мы с ним отстаиваем одни и те же принципы»;

Фактор 2 – «Недостатки» (10,8% дисперсии) – «Он непредсказуем»; «По отношению к нему я чувствую неприязнь»; «К сожалению, он не понимает, что ему выгодно выполнить свои обязательства передо мной»;

Фактор 3 – «Приязнь» (21,6% дисперсии) – «Я люблю этого человека»; «Он мне очень нравится»; «По отношению к нему я испытываю привязанность»;

Фактор 4 – «Знание» (21,6% дисперсии) влияет на показатели: «Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение»; «Мне кажется, я хорошо знаю его»;

Фактор 5 – «Надежность» (21,6% дисперсии) – «Он подтвердил, что надежен, в какую бы деятельность он ни был вовлечен»; «Он всегда придет на помощь, если моим интересам что-то угрожает»;

Фактор 6 – «Расчет» (21,6% дисперсии) – «Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его»; «Он осознает,

**Таблица 2.** Результаты факторного анализа шкал доверия и недоверия личности (N 734; полужирным шрифтом выделены наибольшие веса)

| Показатели  | Факторы доверия |              |             |       |             |             | Факторы недоверия |             |             |             |             |             |
|---|-----------------|--------------|-------------|-------|-------------|-------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|   | 1               | 2            | 3           | 4     | 5           | 6           | 1                 | 2           | 3           | 4           | 5           | 6           |
| 1. Он подтвердил, что надежен, в какую бы деятельность он не был вовлечен   | 0,12            | -0,01        | 0,03        | 0,03  | <b>0,70</b> | 0,15        | 0,27              | 0,14        | 0,15        | 0,29        | 0,36        | 0,13        |
| 2. Он непредсказуем   | -0,04           | <b>-0,66</b> | 0,25        | -0,14 | -0,13       | 0,13        | -0,01             | 0,05        | -0,02       | <b>0,69</b> | -0,22       | 0,10        |
| 3. По отношению к нему я испытываю привязанность                            | 0,15            | -0,07        | <b>0,72</b> | 0,08  | 0,06        | -0,10       | <b>0,63</b>       | 0,07        | 0,18        | -0,05       | 0,21        | -0,06       |
| 4. У нас одинаковое восприятие мира   | <b>0,75</b>     | -0,09        | 0,16        | 0,02  | 0,08        | 0,02        | 0,15              | 0,07        | <b>0,69</b> | -0,01       | 0,07        | 0,01        |
| 5. Он хочет создать себе репутацию человека, выполняющего свои обещания     | 0,13            | -0,27        | -0,17       | 0,09  | 0,11        | <b>0,61</b> | -0,07             | 0,10        | 0,35        | 0,32        | -0,04       | 0,47        |
| 6. Я выяснил, что он надежен, особенно в тех случаях, что важны для меня    | -0,01           | 0,61         | 0,13        | 0,11  | 0,30        | 0,16        | 0,22              | -0,08       | 0,07        | -0,11       | <b>0,76</b> | 0,15        |
| 7. Он очень последователен  | 0,23            | 0,33         | -0,15       | 0,12  | 0,40        | 0,07        | -0,19             | 0,18        | 0,22        | -0,11       | 0,57        | 0,08        |
| 8. По отношению к нему я чувствую неприязнь                                 | 0,08            | <b>-0,81</b> | -0,14       | -0,06 | 0,04        | 0,01        | <b>-0,65</b>      | -0,03       | 0,02        | 0,32        | -0,08       | 0,10        |
| 9. У нас одинаковые жизненные ценности                                      | <b>0,76</b>     | -0,02        | 0,21        | -0,02 | 0,14        | -0,03       | 0,21              | 0,05        | 0,55        | -0,35       | 0,08        | 0,14        |
| 10. Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его | 0,05            | 0,27         | -0,01       | 0,05  | 0,07        | <b>0,70</b> | 0,10              | 0,04        | 0,23        | 0,11        | 0,12        | <b>0,75</b> |
| 11. Он всегда придет на помощь, если моим интересам что-то угрожает         | 0,15            | 0,21         | 0,35        | 0,01  | <b>0,59</b> | 0,14        | 0,54              | 0,16        | 0,10        | 0,19        | 0,34        | 0,22        |
| 12. Поведение этого человека соответствует моим ожиданиям                   | 0,27            | -0,08        | -0,07       | 0,40  | 0,49        | -0,03       | 0,02              | <b>0,58</b> | 0,11        | -0,18       | -0,09       | 0,23        |





что если обманет доверие, то потеряет больше, чем выиграет».

В свою очередь, **факторная структура недоверия**, объясняющая 52,2% дисперсии, включает следующие составляющие:

Фактор 1 – «Приязнь» (23,9% дисперсии) влияет на показатели: «Я люблю этого человека»; «Он мне очень нравится»; «По отношению к нему я испытываю привязанность» и с обратным знаком — на показатель «По отношению к нему я чувствую неприязнь»;

Фактор 2 – «Знание» (7,4% дисперсии) определяет показатели: «Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение»; «Мне кажется, я хорошо знаю его»;

Фактор 3 – «Единство» (5,7% дисперсии) — «У нас одинаковое восприятие мира»; «У нас с ним общие интересы»; «Мы с ним отстаиваем одни и те же принципы»;

Фактор 4 – «Непредсказуемость» (5,5% дисперсии) определяет показатель «Он непредсказуем»;

Фактор 5 – «Надежность» (5,4% дисперсии) влияет на показатели: «Я выяснил, что он надежен, особенно в тех случаях, что важны для меня»; «Он всегда готов предложить мне поддержку»;

Фактор 6 – «Расчет» (4,3% дисперсии) включает переменные: «Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его»; «Он осознает, что если обманет доверие, то потеряет больше, чем выиграет».

На основании проведенного анализа были сформированы шкалы методики и отобраны суждения, соответствующие требованиям внутренней надежности шкал. Ниже приводится описание окончательного варианта методики доверия/недоверия личности другим людям.

**Описание методики.** Методика предназначена для диагностики особенностей доверия и недоверия другим людям личности или группы. Она позволяет определить:

1. Основные критерии доверия/недоверия другим людям: надежность, единство или знание.
2. Склонность к замене доверия верой или расчетом.
3. Выраженность амбивалентного отношения к людям.
4. Принадлежность к определенному типу доверия/недоверия другим людям.

Структура методики включает пять «симметричных» шкал доверия и недоверия: Надежность; Знание; Приязнь; Единство; Расчет. Как было показано выше, факторы Приязни и Расчета не являются компонентами доверия, однако очень часто выступают его замени-

телями. Кроме того, в структуре методики имеются еще две шкалы: «Отношение к недостаткам» человека, которому доверяют больше всего, и человека, который доверия не оправдал.

Как видно из результатов факторного анализа, по некоторым одноименным шкалам, в частности «Надежность» и «Расчет», для доверия и недоверия нет полного совпадения работающих суждений. Мы посчитали целесообразным включить в одноименные шкалы только одинаковые высказывания, поскольку это позволяет сделать сопоставимыми два исследуемых феномена – доверие и недоверие. Однако при этом мы были вынуждены несколько снизить показатели внутренней согласованности шкал. Стремясь соблюдать баланс между шкалами доверия и недоверия, мы сделали симметричной для доверия/недоверия и шкалу «Недостатки» другого человека. Низкая согласованность шкалы «Недостатки» человека, который доверия не оправдал, означает, что респонденты высоко дифференцируют свои оценки непредсказуемости, ненадежности, неприязни, нерасчетливости и нетождественности в отношениях с этим человеком. Однако для исследовательских задач, решаемых нашей методикой, в частности для установления амбивалентного отношения, достаточно такого обобщенного анализа отношения к различным перечисленным недостаткам данной категории людей. Если же задачи какого-либо будущего исследования потребуют выявления амбивалентности по отдельным основаниям доверия/недоверия, необходимо будет расширить список вопросов по шкале «Недостатки» и разделить ее на 5 соответствующих шкал. В таблице 3 приведены суждения, отобранные для каждой шкалы, и данные по согласованности шкал, которая вычислялась по методу расщепления (N 734).

Таким образом, в окончательном варианте каждая шкала, за исключением шкалы «Недостатки», содержит три утверждения. Респондентам необходимо определить по 5-балльной шкале степень своего согласия с каждым из них по отношению к двум категориям людей – «Человек, которому я доверяю больше всего» (Д) и «Человек, который доверия не оправдал» (Нд). С помощью «ключа» (Приложение 8) подсчитывается среднее значение по каждой шкале. Основными количественными показателями доверия и недоверия личности другим людям являются средние значения по всем шкалам в отношении двух категорий людей (Д и Нд). Первичные данные позволяют оценить значимость каждого из компонентов доверия/недоверия для конкретной личности или группы. Кроме того, по показателям шкалы «Недостатки» человека, которому доверяют больше всего,

**Таблица 3.** Шкалы методики доверия/недоверия личности другим людям

| Шкала  | Внутренняя надежность шкал  |
|--|---|
| <p><b>Надежность:</b></p> <p>1. Я выяснил, что он надежен, особенно в тех случаях, что важны для меня</p> <p>2. Он всегда придет на помощь, если моим интересам что-то угрожает</p> <p>3. Он всегда готов предложить мне поддержку</p>                                   | <p>Для доверия:<br/> <math>r=0,31-0,45</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> <p>Для недоверия:<br/> <math>r=0,35-0,44</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> |
| <p><b>Единство:</b></p> <p>1. У нас одинаковое восприятие мира</p> <p>2. Мы с ним отстаиваем одни и те же принципы</p> <p>3. У нас с ним общие интересы</p>  | <p>Для доверия:<br/> <math>r=0,43-0,49</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> <p>Для недоверия:<br/> <math>r=0,41-0,48</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> |
| <p><b>Знание:</b></p> <p>1. Мне кажется, я хорошо знаю его</p> <p>2. Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение</p> <p>3. Я обычно знаю, как он поступит в определенной ситуации</p>   | <p>Для доверия:<br/> <math>r=0,39</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> <p>Для недоверия:<br/> <math>r=0,45</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p>           |
| <p><b>Приязнь:</b></p> <p>1. По отношению к нему я испытываю приязнь</p> <p>2. Он мне очень нравится</p> <p>3. Я люблю этого человека</p>  | <p>Для доверия:<br/> <math>r=0,44-0,49</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> <p>Для недоверия:<br/> <math>r=0,40-0,54</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> |
| <p><b>Расчет:</b></p> <p>1. Он хочет создать себе репутацию человека, выполняющего свои обещания</p> <p>2. Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его</p> <p>3. Он осознает, что если обманет доверие, то потеряет больше, чем выиграет</p> | <p>Для доверия:<br/> <math>r=0,23-0,39</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> <p>Для недоверия:<br/> <math>r=0,24-0,52</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> |
| <p><b>Недостатки:</b></p> <p>1. К сожалению, он не понимает, что ему выгодно выполнить свои обязательства передо мной</p> <p>2. По отношению к нему я чувствую неприязнь</p> <p>3. Он ненадежен</p> <p>4. Я плохо знаю этого человека</p> <p>5. Он непредсказуем</p>     | <p>Для доверия:<br/> <math>r=0,34-0,43</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> <p>Для недоверия:<br/> <math>r=0,10-0,17</math>, <math>p &lt; 0,001</math></p> |

можно судить об амбивалентности доверия/недоверия личности. Показатели доверия и недоверия другим людям, определяемые при помощи методики, а также их обозначения и предельные значения

Таблица 4. Основные показатели доверия/недоверия личности другим людям

| №  | Показатели доверия/недоверия  | Обозначение            | Min | Max |
|----|---|------------------------|-----|-----|
| 1  | Надежность человека, которому доверяют больше всего                               | Над Д                  | 1   | 5   |
| 2  | Знание человека, которому доверяют больше всего                                   | Знан Д                 | 1   | 5   |
| 3  | Приязнь к человеку, которому доверяют больше всего                                | При Д                  | 1   | 5   |
| 4  | Единство с человеком, которому доверяют больше всего                              | Един Д                 | 1   | 5   |
| 5  | Расчет в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего                   | Расч Д                 | 1   | 5   |
| 6  | Недостатки: человека, которому доверяют больше всего                              | Недост Д               | 1   | 5   |
| 7  | Надежность человека, который доверия не оправдал                                  | Над Нд                 | 1   | 5   |
| 8  | Знание человека, который доверия не оправдал                                      | Знан Нд                | 1   | 5   |
| 9  | Приязнь к человеку, который доверия не оправдал                                   | При Нд                 | 1   | 5   |
| 10 | Единство с человеком, который доверия не оправдал                                 | Един Нд                | 1   | 5   |
| 11 | Расчет в отношениях с человеком, который доверия не оправдал                      | Расч Нд                | 1   | 5   |
| 12 | Недостатки: человека, который доверия не оправдал                                 | Недост Нд              | 1   | 5   |
| 11 | Дельта Надежности<br>$\Delta \text{Над} = \text{Над Д} - \text{Над Нд}$           | $\Delta \text{Над}$    | -4  | +4  |
| 12 | Дельта Знания<br>$\Delta \text{Пред} = \text{Пред Д} - \text{Пред Нд}$            | $\Delta \text{Знан}$   | -4  | +4  |
| 13 | Дельта Приязни<br>$\Delta \text{При} = \text{При Д} - \text{При Нд}$              | $\Delta \text{При}$    | -4  | +4  |
| 14 | Дельта Единства<br>$\Delta \text{Един} = \text{Един Д} - \text{Един Нд}$          | $\Delta \text{Един}$   | -4  | +4  |
| 15 | Дельта Расчета<br>$\Delta \text{Расч} = \text{Расч Д} - \text{Расч Нд}$           | $\Delta \text{Расч}$   | -4  | +4  |
| 16 | Дельта Недостатков<br>$\Delta \text{Недост} = \text{Недост Д} - \text{Недост Нд}$ | $\Delta \text{Недост}$ | -4  | +4  |

приведены в таблице 4.

Помимо 12 основных показателей, методика позволяет рассчитать также шесть дополнительных – дельты ( $\Delta$ ) по всем шкалам. Дельта подсчитывается как разница между показателями отношения к двум категориям людей: человек, которому доверяют больше всего, и человек, который доверия не оправдал. Так, например, дельта Надежности рассчитывается по формуле:  $\Delta_{\text{Над}} = \text{НадД} - \text{НадНд}$ . Если значения «дельты» по каким-либо шкалам высоки (в диапазоне от +2 до +4), следовательно, эти факторы выступают критериями доверия для данного субъекта. Это означает, что при формировании доверия он опирается, в первую очередь, на императивы, связанные именно с этими факторами. Императивами выступают поведенческие проявления, а также любая информация, которая свидетельствует о надежности, знании партнера по взаимодействию и единстве с ним. Высокие значения «дельты» по шкалам Приязни или Расчета означают, что субъект склонен использовать веру или расчет в качестве замены подлинного доверия.

Дальнейшая обработка полученных первичных данных зависит от задач исследования. В случае если предполагается выявление взаимосвязей доверия с другими переменными, возможно применение статистических методов анализа. Корреляционный анализ позволит установить связь между показателями доверия личности и, например, индивидуально-психологическими переменными. Для этих же целей применим и факторный анализ. Подвергнув кластерному анализу показатели по шести шкалам доверия и шести шкалам недоверия, можно выделить типы доверия/недоверия личности другим людям, представленные в конкретной выборке. Преобладание того или иного типа в коллективе обуславливает особенности социально-групповых феноменов. Так, в результате исследования доверия в организации с применением разработанной методики была эмпирически установлена взаимосвязь между особенностями доверия и психологическим климатом в коллективе. Это позволило понять причины различной удовлетворенности и эффективности работы некоторых трудовых групп в конкретной организации.

Ниже представлены результаты серии эмпирических исследований доверия/недоверия личности. Их задачи включали определение групповых и индивидуально-психологических особенностей межличностного доверия/недоверия, а также, построение типологии доверия/недоверия личности другим людям. Исследование включало несколько этапов, которые различались набором методик. В частности, применялась авторская методика и другие опросники для

измерения доверия личности. Реализация подобного подхода позволила сопоставить результаты, полученные с применением различных измерительных инструментов, и сформулировать на их основе выводы и практические рекомендации. Выбор методики Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер обусловлен тем, что она является одним из прототипов авторской и обе методики имеют частично совпадающий набор шкал (Приложение 7). Помимо этого, в исследование были включены модификация «Рефлексивного опросника уровня доверия к себе» Т.П. Скрипкиной (Приложение 9) и методика «Вера в людей» М. Розенберга (Приложение 5). Последняя измеряет степень веры в способность большинства людей к сотрудничеству, взаимопомощи, принятию ответственности, т.е. оценивает общую способность личности к доверию другим людям. Использование этого инструментария совместно с авторским опросником доверия/недоверия другим людям способствует развитию представлений о взаимосвязи различных видов доверия личности. Кроме того, для выявления взаимосвязи структуры доверия и индивидуально-психологических характеристик в программу исследования были включены методики УСК, Р. Кеттелла и авторская методика измерения отношения личности к соблюдению нравственных норм [10, 11].

### ***Групповые характеристики доверия/недоверия личности другим людям***

Прежде чем выявить особенности отношений доверия/недоверия у представителей различных социальных и демографических групп, необходимо определить некоторые статистически общие характеристики этих отношений. В таблице 5 приведены данные по основным показателям методики доверия/недоверия личности другим людям, полученные на выборке из 734 респондентов. Из них видно, что наиболее значимыми основаниями доверия/недоверия большинства респондентов выступают надежность и приязнь. По этим шкалам выявлены наибольшие показатели в отношении человека, которому доверяют больше всего (Д). Кроме того, величина дельты ( $\Delta$ ) — разницы между отношением к человеку, которому доверяют больше всего и к человеку, который доверия не оправдал, — также максимальна по шкалам надежности и приязни.

Приведенные в таблице показатели минимума и максимума переменных демонстрируют, что позитивное отношение к человеку, не оправдавшему доверие, — не такое редкое явление, как можно было предположить изначально. Еще более интересным фактом является

**Таблица 5.** Средние значения и стандартные отклонения основных показателей методики доверия/ недоверия другим людям (N 734)

| Обозначение показателей | Среднее | Минимум | Максимум | Стандартное отклонение |
|-------------------------|---------|---------|----------|------------------------|
| Недостатки Д            | 2,22    | 1,00    | 5,00     | 0,93                   |
| Надежность Д            | 4,33    | 1,00    | 5,00     | 0,65                   |
| Знание Д                | 4,06    | 1,00    | 5,00     | 0,71                   |
| Приязнь Д               | 4,22    | 1,00    | 5,00     | 0,83                   |
| Единство Д              | 3,95    | 1,00    | 5,00     | 0,76                   |
| Расчет Д                | 4,08    | 1,00    | 5,00     | 0,72                   |
| Надежность НД           | 2,06    | 1,00    | 4,67     | 0,82                   |
| Знание НД               | 2,88    | 1,00    | 5,00     | 1,08                   |
| Приязнь НД              | 1,98    | 1,00    | 5,00     | 0,89                   |
| Единство НД             | 2,09    | 1,00    | 5,00     | 0,79                   |
| Расчет НД               | 2,62    | 1,00    | 5,00     | 0,89                   |
| Недостатки НД           | 3,27    | 1,00    | 5,00     | 0,84                   |
| Δ Надежности            | 2,28    | -2,67   | 4,00     | 1,18                   |
| Δ Знания                | 1,18    | -2,50   | 4,00     | 1,25                   |
| Δ Приязни               | 2,24    | -4,00   | 4,00     | 1,23                   |
| Δ Единства              | 1,86    | -3,33   | 4,00     | 1,15                   |
| Δ Расчета               | 1,46    | -2,33   | 4,00     | 1,27                   |

относительно высокий процент отрицательных значений дельт по различным шкалам. Они свидетельствуют о том, что отношение к человеку, который доверия не оправдал (НД), по данной шкале более позитивное, чем к человеку, которому доверяют больше всего (Д). Особенно часто такое соотношение встречается в оценках Знания и Расчета. Так, Дельта Знания отрицательна в 26,9% случаев, а Дельта Расчета — в 14,7%. Реже всего отрицательные значения Дельты встречаются при оценке надежности — 4,6%, что подтверждает особую значимость этого основания доверия / недоверия личности другим людям для подавляющего большинства респондентов.

Наряду с приведенными наиболее общими характеристиками отношений важно выявить, какие особенности оснований доверия/

недоверия имеются у представителей различных социальных групп. Как показано в таблице 1, выборка исследования включала людей различного пола, возраста, образовательного уровня и вида деятельности. Ниже приведены данные по показателям доверия и недоверия представителей различных социальных и демографических групп.

**Особенности доверия/недоверия другим людям у мужчин и женщин.** В таблице 6 приведены данные о различиях между мужчинами и женщинами по основным показателям авторской методики.

На основании полученных данных можно заключить, что женщины демонстрируют более высокие оценки Надежности и Приязни в отношении человека, которому доверяют больше всего. Однако

**Таблица 6.** Различия показателей доверия/недоверия другим людям у женщин и мужчин (полужирным шрифтом выделены значимые различия, курсивом – различия на уровне тенденции по Т-критерию Стьюдента)

| Показатели    | Среднее женщины | Среднее мужчины | t-критерий | p      |
|---------------|-----------------|-----------------|------------|--------|
| Недостатки Д  | 2,25            | 2,25            | -0,07      | 0,93   |
| Надежность Д  | <b>4,38</b>     | 4,27            | 2,23       | 0,02   |
| Знание Д      | 4,05            | 4,06            | -0,27      | 0,78   |
| Приязнь Д     | <b>4,43</b>     | 3,91            | 8,23       | <0,001 |
| Единство Д    | 3,95            | 3,95            | -0,01      | 0,99   |
| Расчет Д      | 4,01            | <b>4,16</b>     | -2,64      | <0,01  |
| Надежность НД | 2,10            | 2,01            | 1,40       | 0,16   |
| Знание НД     | 2,94            | 2,80            | 1,56       | 0,11   |
| Приязнь НД    | 2,00            | 1,92            | 1,09       | 0,27   |
| Единство НД   | 2,09            | 2,11            | -0,29      | 0,76   |
| Расчет НД     | <b>2,70</b>     | 2,53            | 2,39       | 0,01   |
| Недостатки НД | 3,29            | 3,19            | 1,51       | 0,13   |
| Δ Надежности  | 2,28            | 2,27            | 0,14       | 0,88   |
| Δ Знания      | 1,11            | 1,26            | -1,50      | 0,13   |
| Δ Приязни     | <b>2,43</b>     | 2,00            | 4,61       | <0,001 |
| Δ Единства    | 1,86            | 1,85            | 0,20       | 0,83   |
| Δ Расчета     | 1,31            | <b>1,63</b>     | -3,15      | 0,001  |



их отношение по этим показателям к человеку, который доверие не оправдал, также несколько выше, чем у мужчин. Т.е. женщины более позитивно относятся к обеим оцениваемым категориям людей. В итоге показатели дельты значимо отличаются только по одной шкале — Приязни. Это означает, что женщины чаще, чем мужчины, используют Приязнь в качестве критерия доверия/недоверия и чаще склонны заменять подлинное доверие верой, основанной на эмоциональном принятии другого человека. Среди других отличий можно отметить, что у женщин выше оценки Расчета и Недостатков у человека, который доверия не оправдал. У мужчин же выше показатели Расчета в отношении с человеком, которому доверяют больше всего. В целом, как следует из показателя дельты по шкале Расчет, — этот критерий доверия/недоверия более характерен для мужчин.

Выявленные половые различия позволяют сформулировать практические рекомендации общего содержания по целенаправленному формированию доверия. В частности, понимая высокую значимость надежности и приязни для формирования доверия у женщин, руководителям «женских» коллективов можно посоветовать демонстрировать большую поддержку своим подчиненным и формировать позитивную психологическую атмосферу. Следует уделять внимание оказанию помощи в трудных ситуациях, связанных как с работой, так и с внепроизводственной жизнью сотрудниц. Для коллективов преимущественно «мужских», где выраженным является доверие на основе расчета, необходимо делать упор на формировании уверенности в выполнении членами коллектива своих обязательств (путем предоставления гарантий и введения мер контроля), а также на поддержании значимости в организации хорошей репутации ее работников.

**Особенности доверия/недоверия представителей различных видов деятельности.** В нашем исследовании принимали участие студенты дневной формы обучения гуманитарных факультетов, рядовые наемные работники различных организаций, менеджеры низового и среднего звена коммерческих предприятий и предприниматели малого и среднего бизнеса. Сопоставление показателей доверия и недоверия представителей этих групп позволило выявить следующие особенности (таблица 7).

Практически нет значимых различий между отношениями доверия/недоверия менеджеров и предпринимателей. У предпринимателей лишь несколько выше показатели расчета в отношениях с человеком, который доверия не оправдал, а также дельт по шкалам Надежность и Расчет. Поскольку в группе предпринимателей не-

**Таблица 7.** Различия показателей доверия/недоверия другим людям у представителей разных видов деятельности (полужирным шрифтом выделены наибольшие значения, курсивом – наименьшие)

| Показатели          | Группа 1 Предприниматели (N 65) Среднее | Группа 2 Менеджеры (N 186) Среднее | Группа 3 Рядовые наемные работники (N 120) Среднее | Группа 4 Студенты (N 213) Среднее | Значимые различия между группами                |
|---------------------|---|------------------------------------|--|-----------------------------------|---|
| Недостатки Д        | 2,13                                    | 1,98                               | 1,93   | <b>2,69</b>                       | Между 1,3 и 4 $p < 0,001$                       |
| Надежность Д        | 4,43                                    | 4,34                               | <b>4,47</b>  | 4,20                              | Между 1,3 и 4 $p < 0,02$                        |
| Знание Д            | 3,97                                    | 4,00                               | <b>4,22</b>  | 4,11                              | Между 1,2 и 3 $p < 0,001$                       |
| Приязнь Д           | 4,19                                    | 4,12                               | 3,97   | <b>4,46</b>                       | Между 1,3 и 4 $p < 0,007$ ;                     |
| Единство Д          | 3,94                                    | 3,84                               | 4,12   | 3,94                              | Между 2 и 3,4 $p < 0,001$                       |
| Расчет Д            | 4,06                                    | 4,11                               | <b>4,33</b>  | 3,97                              | Между 3 и 1,2,4 $p < 0,02$                      |
| Надежность НД       | 2,09                                    | 2,07                               | 1,78   | <b>2,29</b>                       | Между 3 и 1,2,4 $p < 0,001$ ; 1 и 4 $p = 0,08$  |
| Знание НД           | 2,95                                    | 2,87                               | 2,92   | 2,89                              | -   |
| Приязнь НД          | 1,96                                    | 2,00                               | 1,85   | 2,02                              | Между 1,3 и 4 $p = 0,14$                        |
| Единство НД         | 2,13                                    | 2,15                               | 1,85   | 2,19                              | Между 2,3 и 4 $p < 0,001$ ; 1,2 и 3 $p < 0,02$  |
| Расчет НД           | <b>2,81</b>                             | 2,76                               | 2,29   | 2,67                              | Между 2,3 и 4 $p < 0,001$ ; 1,2 и 3 $p < 0,001$ |
| Недостатки НД       | 3,21                                    | 3,26                               | <b>3,45</b>  | 3,16                              | Между 3 и 4 $p < 0,01$                          |
| $\Delta$ Надежности | 2,33                                    | 2,27                               | <b>2,69</b>  | 1,90                              | Между 1-3 и 4 $p < 0,001$ ; 1,2 и 3 $p < 0,05$  |
| $\Delta$ Знания     | 1,02                                    | 1,13                               | 1,29   | 1,22                              | -   |
| $\Delta$ Приязни    | 2,23                                    | 2,12                               | 2,12   | <b>2,44</b>                       | Между 3 и 4 $p = 0,027$                         |
| $\Delta$ Единства   | 1,81                                    | 1,68                               | <b>2,27</b>  | 1,75                              | Между 1,2,4 и 3 $p < 0,001$ ; 2 и 4 $p < 0,001$ |
| $\Delta$ Расчета    | 1,25                                    | 1,35                               | <b>2,06</b>  | 1,29                              | Между 1,2,4 и 3 $p < 0,001$ ; 2 и 4 $p < 0,001$ |

сколько больше процент мужчин, интересно установить, являются ли эти особенности проявлением межполовых различий. В таблице 8 приведены показатели, по которым имеются некоторые различия между предпринимателями разного пола. Значимо различаются только оценки по шкале Приязнь. Сопоставляя данные предприни-

**Таблица 8.** Особенности доверия/недоверия другим людям предпринимателей разного пола

| Показатели       | Предприниматели-женщины (N 26)<br>Среднее | Предприниматели-мужчины (N 39)<br>Среднее | t-критерий | p    |
|------------------|---|---|------------|------|
| Недостатки Д     | 2,26                                      | 2,03                                      | 1,23       | 0,22 |
| Приязнь Д        | 4,56                                      | 3,93                                      | 2,85       | 0,01 |
| Знание НД        | 2,71                                      | 3,12                                      | -1,63      | 0,10 |
| $\Delta$ Знания  | 1,29                                      | 0,87                                      | 1,60       | 0,11 |
| $\Delta$ Приязни | 2,59                                      | 2,03                                      | 1,68       | 0,09 |

мателей, мужчин и женщин, можно увидеть, что упомянутые выше отличия от группы менеджеров действительно обусловлены видом деятельности, а не полом респондентов.

По сравнению с менеджерами у предпринимателей также несколько выше оценки Недостатков человека, которому доверяют больше всего. Данный показатель еще выше у студентов. Интересно, что у них он сочетается с высокой Приязнью к этому человеку. Для студентов также характерны наиболее высокие уровни Надежности человека, который доверие не оправдал и дельты Приязни. В то же время дельта Надежности – наименьшая среди сравниваемых социальных групп. Однако ее абсолютное значение выше, чем дельты Расчета и Знания. Таким образом, для учащейся молодежи Приязнь выступает наиболее значимым основанием доверия/недоверия, а Расчет и Знание – наименее значимы. Кроме того, отношения доверия/недоверия представителей этой группы нередко бывают амбивалентными.

Группа рядовых наемных работников отличается наиболее негативными оценками Недостатков человека, который доверие не оправдал, Надежности, Расчета и Единства в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и дельт по этим шкалам. Т.е. Надежность, Единство и Расчет являются наиболее значимыми основаниями доверия/недоверия этой группы работающих людей. Вообще можно сказать, что рядовые наемные работники более требовательны к другим людям при построении доверительных отношений. Отличие их от студентов вполне объяснимо различиями в целях и содержании основной деятельности, но пока не ясно, почему эта группа так отличается от менеджеров и предпринимателей.

Некоторое объяснение выявленным особенностям будет дано ниже в ходе анализа личностных типов доверия. Кроме того, хотя выборки рядовых наемных работников и менеджеров не имеют сильно выраженных диспропорций по половому и возрастному признакам, среди последних несколько больше молодежи в возрасте 21–30 лет. В связи с этим интересно проанализировать возрастные особенности доверия и недоверия.

#### **Возрастные особенности доверия/недоверия другим людям.**

В исследовании принимали участие респонденты, относящиеся к 5 возрастным категориям (таблица 1). Были выявлены следующие особенности доверия/недоверия их представителей (таблица 9).

Как видно из таблицы, отношения доверия у младшей возрастной категории (17–20 лет) характеризуется выраженной амбивалентностью. У этой группы выявлены наиболее негативные оценки по шкале Недостатки человека, которому доверяют больше всего. Т.е. у молодых людей высокое доверие другому человеку сочетается с представлениями о нем как о непредсказуемом, неприятном и непонимающем, что доверие не следует обманывать. Наименее противоречивы отношения доверия/недоверия у старшей возрастной группы (старше 51 года). У ее представителей высоки дельты показателей по 4-м шкалам доверия/недоверия, кроме доверия, основанного на знании. По этой шкале дельта отношения к человеку, которому доверяют больше всего, и отношения к человеку, который доверия не оправдал, – минимальна. Вероятно, старшая возрастная группа высоко оценивает свою социальную компетентность и знание людей, а если прогноз оказывается неточным, то объясняется это непредсказуемостью и ненадежностью другого человека. Не случайно для людей возраста старше 50 лет характерны наиболее негативные оценки Недостатков человека, который доверие не оправдал, и самые высокие значения дельты по этой шкале. Можно сказать, что среди сравниваемых возрастных групп наиболее недоверчивыми являются люди старше 50 лет, для них в наименьшей степени характерна амбивалентность доверия/недоверия.

Судя по дельтам различных шкал, для самых молодых респондентов более значимыми основаниями доверия/недоверия по сравнению с другими возрастными группами являются Знание и Расчет. Наименее значимы для людей от 17 до 20 лет – Надежность и Единство. Для возрастной группы старше 50 лет Единство, напротив, выступает наиболее важным среди всех групп критерием доверия/недоверия другому человеку. Остальные возрастные категории занимают промежуточное положение между двумя описанными крайними группами.

**Таблица 9.** Различия показателей доверия/недоверия другим людям у представителей разных возрастов (полужирным шрифтом выделены наибольшие значения, курсивом – наименьшие)

| Показатели    | 1 кат.<br>17–20<br>лет<br>(N 134)<br>Среднее | 2 кат.<br>21–30<br>лет<br>(N 349)<br>Среднее | 3 кат.<br>31–40<br>лет<br>(N 91)<br>Среднее | 4 кат.<br>41–50<br>лет<br>(N 50)<br>Среднее | 5 кат.<br>> 51 года<br>(N 14)<br>Среднее | Значимые<br>различия между<br>возрастными<br>категориями |
|---------------|--|--|---|---|--|--|
| Недостатки Д  | <b>2,73</b>                                  | 2,24   | 2,11  | 2,07  | 1,67                                     | Между 1 и 2-5<br>$p < 0,0001$                            |
| Надежность Д  | 4,14   | 4,33   | 4,34  | 4,44  | 4,21                                     | Между 1 и 2-4<br>$p = 0,004$                             |
| Знание Д      | 4,12   | 3,98   | 3,87  | 4,19  | 3,93                                     | Между 3 и 1,4<br>$p < 0,05$                              |
| Приязнь Д     | 4,26   | 4,32   | 4,16  | 4,25  | 4,14                                     | –  |
| Единство Д    | 4,01   | 3,85   | 3,90  | 4,05  | <b>4,29</b>                              | Между 2 и 1,4,5<br>$p < 0,05$                            |
| Расчет Д      | 4,04   | 3,99   | 4,00  | 3,92  | 4,07                                     | –  |
| Надежность НД | 2,17   | 2,11   | 2,16  | 2,12  | 1,93                                     | –  |
| Знание НД     | 2,54   | 2,99   | 2,97  | 3,01  | <b>3,43</b>                              | Между 1 и 5<br>$p = 0,003$                               |
| Приязнь НД    | 1,97   | 1,99   | 1,98  | 1,99  | 1,82                                     | –  |
| Единство НД   | 2,03   | 2,16   | 2,16  | 2,17  | 2,17                                     | Между 1 и 2-5<br>$p < 0,09$                              |
| Расчет НД     | 2,58   | 2,73   | 2,77  | <b>2,99</b>                                 | 2,74                                     | Между 1 и 4<br>$p = 0,06$                                |
| Недостатки НД | 3,29   | 3,21   | 3,14  | 3,25  | <b>3,83</b>                              | Между 5 и 1-4<br>$p < 0,05$                              |
| Δ Надежности  | 1,98   | 2,23   | 2,18  | <b>2,32</b>                                 | 2,29                                     | Между 1 и 2,4<br>$p < 0,05$                              |
| Δ Знания      | <b>1,58</b>                                  | 0,98   | 0,90  | 1,18  | 0,50                                     | Между 1,2,4 и 5<br>$p < 0,05$                            |
| Δ Приязни     | 2,28   | 2,33   | 2,18  | 2,26  | 2,32                                     | –  |
| Δ Единства    | 1,99   | 1,69   | 1,74  | 1,89  | <b>2,12</b>                              | –  |
| Δ Расчета     | <b>1,48</b>                                  | 1,26   | 1,23  | 0,93  | 1,33                                     | Между 1 и 2,3<br>$p < 0,05$                              |
| Δ Недостатков | –0,56  | –0,97  | –1,02                                       | –1,18                                       | <b>–2,16</b>                             | Между 1 и 2-5,<br>между 5 и 1-4<br>$p < 0,05$            |

Так, например, оценки человека, которому доверяют больше всего по шкале Недостатки с возрастом плавно снижается, а Знание человека, который доверие не оправдал, — растет (таблица 9). Мало зависят от возраста такие показатели, как Приязнь и Расчет в отношении к человеку, которому доверяют больше всего, а также Приязнь и Надежность в отношениях с человеком, который доверия не оправдал.

Однако можно отметить, что выраженность Приязни в отношениях доверия наиболее высока у возрастной категории 21—30 лет. В то же время в группе 41—50 лет выявлены наиболее высокие показатели Надежности в отношениях доверия, дельты Надежности и Расчета в отношениях недоверия. Вероятно, эти отличия связаны с особенностями жизненных целей и ценностей данных возрастных категорий. Можно предположить, что для людей 21—30 лет наибольшее доверие вызывает любимый человек, отношения с которым строятся на эмоциональной основе. Люди в возрасте 41—50 лет смещают приоритеты в доверии в сторону большей надежности партнера и реалистичности своих ожиданий в отношении его поведения.

**Особенности доверия/недоверия другим людям у подростков.** Отдельное небольшое исследование, выполненное совместно с О.С. Сухомлиновой, было посвящено анализу доверия/недоверия подростков 13 лет. В этом исследовании приняли участие 84 школьника г. Москвы. Особенности доверия и недоверия этой группы заслуживают специального рассмотрения, поскольку пубертатному возрасту принадлежит особое место в физическом, психическом и социальном созревании индивида (Е.А. Личко, А.А. Реан, Д.И. Фельдштейн, А. Фрейд и т.д.). Многими авторами отмечается, что центральным образованием в сфере чувств подростка становится «чувство взрослости». Возникшее у подростка, оно проявляется как субъективное переживание готовности быть полноправным членом коллектива взрослых, выражающееся в стремлении к самостоятельности, желании показать свою «взрослость», добиваться, чтобы старшие уважали достоинство его личности, считались с его мнением [21]. Характерными чертами поведения в этот период, когда подросток уже не считает себя ребенком, но понимает, что он еще не взрослый, являются эмоциональная неустойчивость и чувствительность, застенчивость и агрессивность, эмоциональная напряженность конфликтные отношения с окружающими, склонность к крайним суждениям и оценкам [22]. Избыток физической энергии, высокая поисковая активность с тенденцией к самореализации сталкиваются с проблемой освоения новой социальной роли, связанной со вступлением во взрослую жизнь. На ее пороге подросток испытывает на себе

противоречивость существующей в его сознании «идеальной» модели мира и реальной действительности. Осознание этого противоречия может вызывать стресс, который сопровождается горькими разочарованиями, недоверием, ломкой самосознания, изменением или обновлением субъективного образа Я в связи с новым пониманием своего места в окружающем мире, протестными реакциями против авторитарного тона взрослых, тенденцией к низвержению идеалов старшего поколения [14, 17, 21–23].

Огромное значение в этом возрасте приобретает общение со сверстниками, которое становится острой потребностью подростка и связано со многими переживаниями. Общение с товарищами — источник не только появления новых интересов, но и становления норм поведения. Это связано с тем, что среди подростков возникают определенные требования к дружеским отношениям — к отзывчивости, умению хранить тайну, понимать и сопереживать [17]. Весьма ощутима потребность в хороших друзьях. Половое созревание приносит с собой новые чувства, желание обрести независимость и выйти из-под контроля родителей. Подростки начинают тянуться к своим ровесникам, с тем, чтобы найти у них то, что раньше им давали родители. Наиболее существенное свойство взаимоотношений между сверстниками — их принципиальное равноправие, включающее равенство прав на собственную эмоциональную оценку всего происходящего в детской группе. По сравнению с детским возрастом, у подростком наиболее ярко проявляется стремление к группированию со сверстниками. А. Фрейд отмечала, что подростки исключительно эгоистичны, считают себя центром вселенной и единственным предметом, достойным интереса, и в то же время ни в один из последующих периодов своей жизни люди не способны на такую преданность и самопожертвование. Только подростки могут страстно любить и оборвать эти отношения так же внезапно, как и начали. С одной стороны, они активно включаются в жизнь общества, а с другой — охвачены страстью к одиночеству. Иногда их поведение по отношению к окружающим грубо и бесцеремонно, хотя сами они невероятно ранимы [23].

Краткое перечисление превалирующих личностных процессов и психологических особенностей подростков позволяет предположить, что их отношения доверия и недоверия будут иметь выраженную специфику. Сравнивая две возрастные группы: 13 лет и 17–20 лет, мы предположили, что у первых по отношению к человеку, которому доверяют больше всего, проявится более высокий уровень доверия в сочетании с негативным отношением к человеку, который

**Таблица 10.** Различия показателей доверия/недоверия у двух групп молодежи (полужирным шрифтом выделены наибольшие значения)

| Показатели доверия/<br>недоверия другим людям | Подростки 13 лет<br>(N 84) Среднее | Юноши 17–20 лет<br>(N 134) Среднее | t-критерий | p      |
|---|------------------------------------|------------------------------------|------------|--------|
| Надежность Д                                  | <b>4,30</b>                        | 4,14                               | 1,45       | 0,14   |
| Знание Д                                      | 3,46                               | <b>4,12</b>                        | -6,31      | <0,001 |
| Приязнь Д                                     | 4,13                               | 4,23                               | -1,18      | 0,23   |
| Единство Д                                    | 3,67                               | <b>4,02</b>                        | -2,84      | 0,004  |
| Расчет Д                                      | 3,56                               | <b>4,04</b>                        | -4,80      | <0,001 |
| Надежность НД                                 | 2,03                               | 2,18                               | -1,14      | 0,25   |
| Знание НД                                     | 2,60                               | 2,55                               | 0,41       | 0,67   |
| Приязнь НД                                    | 2,09                               | 1,98                               | 0,84       | 0,39   |
| Единство НД                                   | 1,95                               | 2,03                               | -0,76      | 0,44   |
| Расчет НД                                     | 2,58                               | 2,58                               | -0,04      | 0,96   |
| $\Delta$ Надежности                           | <b>2,27</b>                        | 1,98                               | 1,47       | 0,14   |
| $\Delta$ Знания                               | 0,87                               | <b>1,58</b>                        | -3,99      | <0,001 |
| $\Delta$ Приязни                              | 2,05                               | <b>2,28</b>                        | -1,31      | 0,18   |
| $\Delta$ Единства                             | 1,73                               | <b>1,99</b>                        | -1,39      | 0,16   |
| $\Delta$ Расчета                              | 0,98                               | <b>1,48</b>                        | -2,97      | 0,003  |

не оправдал доверие.

Это предположение подтвердилось только по одному основанию доверия/недоверия – Надежности (таблица 10). По остальным шкалам оценки человека, которому доверяют больше всего, у юношей значимо выше. Кроме того, у них по сравнению с подростками намного выше дельта Знания, Приязни, Единства и Расчета (разница в отношении к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал). Для того чтобы объяснить полученные результаты, необходимо обратиться к существующим представлениям о психологических особенностях различных фаз пубертатного периода.

Первая, негативная фаза, совпадающая с препубертатным и началом собственно пубертатного возраста (подростковый возраст), которая в литературе обозначается также как «фаза негативизма», «отрицания», «упрямства», характеризуется преобладанием



изменений в эмоционально-волевой сфере. Отмечаются эмоциональная неустойчивость, повышенная аффективная возбудимость и несдержанность, колебания настроения по незначительному поводу, импульсивность, черты демонстративности и рисовки в поведении. Очень характерны контрастные, противоречивые личностные проявления: сочетание повышенной чувствительности и ранимости по отношению к себе с холодностью, отсутствием сочувствия и сострадания к другим, прежде всего близким; сочетание упрямства, особенно «духа противоречия», негативизма с повышенной внушаемостью, слепым подражанием формам поведения, манерам и высказываниям случайных «авторитетов» и «предметов обожания»; сочетание застенчивости и робости в незнакомом обществе с показной развязностью и грубостью. Подобная противоречивость личностных проявлений и поведения подростка свидетельствуют об отсутствии стабильности личности, о несформированности взаимоотношений ее отдельных компонентов [14, 17, 21–23].

Вторая — «позитивная» фаза пубертатного периода начинается примерно с 15-16 лет и отличается постепенной гармонизацией личности подростка, установлением относительного равновесия во взаимодействии различных компонентов и свойств личности. Усиливается потребность не только в социальной, но и территориальной, пространственной автономии, неприкосновенности своего личного пространства. Если подросток боится остаться один, то юноша ценит уединение. Гармонизация личности в первую очередь проявляется в постепенном уравнивании эмоционально-волевой сферы, сглаживании эмоциональной неустойчивости, возбудимости, импульсивности, уменьшении контрастности и противоречивости эмоционально-волевых реакций. Наряду с этим появляются отчетливые изменения личности и поведения, связанные с завершением формирования высших форм понятийного мышления, созреванием самосознания, «ростом общественного сознания», осознанием своего места в обществе, появлением определенных целей в жизни, завершением созревания высших эмоций, в том числе интеллектуальных и этических. Часто это ведет к утрированному стремлению к самостоятельности, к определенной переоценке своих возможностей, стремлению к решению «мировых проблем», максимализму в суждениях и оценках. Вместе с тем возникает стремление к нравственному, интеллектуальному и физическому совершенствованию, к достижению высокого идеала. При этом, однако, нравственные оценки часто бывают альтернативны, односторонни, бескомпромиссны, что нередко ведет к конфликтам

с окружающими. У многих подростков обостряется чувство долга, ответственности, которое, однако, также отличается определенной ригидностью. Во второй фазе резко возрастает готовность к возникновению различных сверхценных образований, принимающих формы сверхценных идей, увлечений, занятий и т.д. [14, 17, 21–23].

Таким образом, можно сказать, что в результатах нашего исследования проявился свойственный юношескому возрасту больший максимализм в отношениях с разными категориями людей. Однако как было показано выше, по сравнению с более старшими возрастными группами, люди 17–20 лет выше оценивают недостатки человека, которому доверяют. Т.е. выраженная дифференциация социального окружения у юношей сочетается с высокой требовательностью к близким людям.

Результаты подростковой группы позволяют предположить, что у них отношения доверия/недоверия еще недостаточно сформированы. Особое значение в этот период приобретает надежность другого человека. Показатель Надежности человека, которому доверяют больше всего, значительно превышает аналогичные показатели всех остальных возрастных групп (таблицы 9, 10). О несформированности отношений свидетельствует тот факт, что 26% респондентов 13 лет относятся к особому личностному типу доверия/недоверия. Для этого типа характерным являются невыраженное отношение к сравниваемым категориям людей (оценки не превышают 3 балла по 5-балльной шкале). Наибольший интерес представляет тот факт, что для подростков этого типа характерны более высокие оценки Единства, Расчета и Знания человека, который доверия не оправдал, по сравнению с человеком, которому доверяют больше всего. По этим шкалам дельты имеют отрицательное или практически нулевое значение ( -1 балл – среднее значение дельты Единства, -0,13 – дельты Расчета). Дифференцирующими признаками доверия/недоверия являются Надежность и Приязнь, но и здесь разница совсем невелика (0,46–0,55 баллов). Кроме названных, имеются еще некоторые интересные особенности доверия/недоверия у подростков. Их анализ будет продолжен ниже, в параграфе, посвященном взаимосвязи различных видов доверия/недоверия личности.

#### **4.4. Личностные детерминанты доверия и недоверия другим людям**

---

С целью выявления некоторых личностных детерминант доверия/недоверия личности был проведен цикл исследований

с использованием методического инструментария разной направленности. Поскольку доверие рассматривается нами как составляющий элемент самоопределения личности, есть веские основания предполагать, что оно может быть связано с ценностно-смысловыми структурами, а также с рядом основополагающих отношений личности, в частности, с отношением к другим людям. Для проверки данного предположения в программу исследования были включены следующие методики: ценностных ориентаций М. Рокича, отношения к соблюдению нравственных норм А.Б. Купрейченко, диагностики межличностных отношений Т. Лири. Кроме того, для выявления некоторых черт и свойств личности, оказывающих влияние на ее отношения доверия/недоверия, использовались методика Р. Кеттелла, а также опросники для определения личностной тревожности Ч.Д. Спилберга, агрессивности А. Баса и А. Дарки, общительности В.Ф. Ряховского и гендерной идентичности С. Бем. Данная программа является первым этапом в анализе личностных детерминант доверия/недоверия. В результате ее реализации получены начальные представления о закономерностях формирования доверительных отношений личности, которые позволяют определить направления и гипотезы дальнейших исследований.

**Взаимосвязь доверия/недоверия личности и ценностных ориентаций.** В процессе восприятия другого человека как партнера по общению и взаимодействию формируется и актуализируется субъективное отношение к нему, детерминированное, с одной стороны, свойствами партнера, а с другой – личной значимостью этих свойств для субъекта. Одним из множества важных факторов, детерминирующих формирование отношения к другому человеку можно с уверенностью назвать ценностные ориентации. Как пишет Г.М. Андреева, индивид неизбежно “смотрит” на социальный мир через призму определенной системы ценностей. Они могут быть разного уровня: глобальные (добро, красота, свобода и пр.) или приближенные к обыденной жизни (хорошая семья, благополучие, дети и пр.). Пока они неизменны, новая информация отбирается так, чтобы “подтвердить” структуру ценностно-нагруженных категорий [2, 3].

Понятие *ценностей* является одним из ключевых в социальной психологии, поскольку по своей природе ценности социальные, они усваиваются человеком в процессе социализации через различные агенты социализации и в дальнейшем в значительной степени определяют процесс познания и построения картины мира [2]. Кроме того, ценности являются одной из наиболее значимых характеристик

личности и социальной группы. Ценности наряду с потребностями и мотивами имеют побудительную силу [5, 6, 13, 20, 26]. Б.Г. Ананьев рассматривает ценности и ценностные образования как базальные, первичные свойства личности, определяющие мотивы поведения и формирующиеся склонности и характер [1]. В свою очередь, Н.А. Журавлева под ценностными ориентациями понимает «относительно устойчивую, социально обусловленную направленность личности на те или иные цели, имеющую для нее смысложизненное значение, и на определенные способы их достижения, выражающиеся в виде каких-либо личностных качеств, образцов (способов) поведения и являющиеся относительно независимыми от наличных ситуаций» [9, с. 28].

Говоря о роли ценностных ориентаций в регуляции поведения субъекта, исследователи отмечают, что они «являются основаниями для оценок окружающей действительности и детерминируют predisposedность личности к той или иной социальной активности» [9, с. 28]. Н.А. Журавлева выделяет также основные функции, которые выполняют ценностные ориентации в жизнедеятельности субъекта: ориентационная, мотивационная, целеполагания, оценочная, интеграционная, нормативная, социокультурная и др. [9, с. 37-40]. Таким образом, функции и роли ценностных ориентаций и доверия/недоверия личности во многом схожи. Последнее положение позволило нам предположить, что между ценностными ориентациями личности и ее доверием/недоверием могут существовать довольно тесные связи.

Программа нашего эмпирического исследования включала авторскую методику доверия/недоверия личности другим людям и методику ценностных ориентаций М. Рокича, адаптированную В.А. Ядовым, А. Гоштаутасом и А.А. Семеновым в модификации Д.А. Леонтьева. Для оценки значимости ценностей использовалось 5-балльная шкала (1 балл – ценность не значима, 5 баллов – ценность высоко значима). Такой прием позволяет использовать более широкий спектр математических процедур и дает дополнительные возможности для выявления конкурирующих или противоречивых ценностей личности. В результате эмпирического исследования, в котором принимали участие 150 студентов разных курсов московских вузов (мужчин и женщин – по 50%), были получены следующие результаты. Корреляционный анализ выявил довольно много взаимосвязей между показателями доверия/недоверия и ценностными ориентациями личности (таблица 11).

Как видно из таблицы 11, наибольшее число связей с показателями доверия обнаруживают такие ценности, как активная деятельная



Доверие и недоверие в различных сферах жизнедеятельности человека

|  |               |               |               |             |             |             |               |               |             |             |               |               |               |               |             |               |
|--|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|-------------|---------------|---------------|-------------|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|---------------|
| Счастливая семейная жизнь                      | <b>0,16</b>   | <b>0,30</b>   | <b>0,22</b>   | <b>0,23</b> | <b>0,18</b> | <b>0,25</b> | 0,14          | <b>0,25</b>   | 0,03        | 0,07        | 0,10          | 0,10          | -0,08         | 0,12          | 0,09        | 0,11          |
| Счастье других                                 | -0,09         | 0,05          | 0,09          | <b>0,31</b> | <b>0,31</b> | <b>0,16</b> | -0,06         | -0,12         | -0,03       | -0,09       | <b>0,21</b>   | 0,07          | 0,14          | <b>0,21</b>   | <b>0,21</b> | <b>0,16</b>   |
| Творчество                                     | <b>0,39</b>   | 0,05          | -0,14         | <b>0,28</b> | <b>0,30</b> | 0,11        | 0,11          | -0,01         | 0,11        | <b>0,19</b> | -0,13         | -0,05         | -0,06         | 0,08          | 0,12        | -0,05         |
| Уверенность в себе                             | <b>0,22</b>   | 0,13          | 0,13          | <b>0,18</b> | 0,08        | <b>0,19</b> | -0,12         | <b>0,18</b>   | 0,10        | -0,14       | 0,00          | <b>0,17</b>   | -0,07         | 0,03          | 0,13        | <b>0,21</b>   |
| Аккуратность                                   | - <b>0,33</b> | -0,08         | -0,06         | 0,07        | <b>0,24</b> | -0,06       | 0,07          | 0,03          | 0,09        | -0,01       | <b>0,18</b>   | -0,11         | -0,05         | -0,03         | 0,06        | -0,03         |
| Воспитанность                                  | <b>0,25</b>   | 0,04          | - <b>0,18</b> | 0,06        | 0,06        | 0,01        | 0,13          | <b>0,20</b>   | 0,11        | 0,02        | -0,14         | -0,07         | - <b>0,24</b> | -0,05         | 0,03        | -0,05         |
| Высокие запросы                                | <b>0,25</b>   | -0,11         | 0,01          | 0,10        | -0,01       | -0,07       | 0,13          | 0,12          | <b>0,18</b> | 0,02        | -0,12         | - <b>0,16</b> | -0,08         | -0,08         | -0,07       | -0,06         |
| Жизнерадостность                               | 0,07          | 0,06          | 0,09          | <b>0,29</b> | <b>0,30</b> | 0,14        | -0,01         | 0,00          | 0,07        | 0,10        | 0,10          | 0,05          | 0,04          | 0,12          | <b>0,25</b> | 0,02          |
| Исполнительность                               | 0,09          | 0,00          | -0,02         | 0,05        | <b>0,19</b> | -0,14       | <b>0,24</b>   | 0,07          | 0,01        | <b>0,28</b> | 0,06          | - <b>0,16</b> | -0,06         | 0,02          | 0,06        | - <b>0,27</b> |
| Независимость                                  | 0,11          | 0,07          | 0,10          | <b>0,20</b> | <b>0,20</b> | 0,06        | - <b>0,21</b> | - <b>0,20</b> | -0,11       | 0,02        | 0,05          | 0,19          | <b>0,20</b>   | <b>0,20</b>   | <b>0,30</b> | 0,02          |
| Непримиримость к недостаткам в себе и других   | -0,14         | <b>0,16</b>   | -0,03         | 0,05        | 0,21        | 0,06        | 0,06          | 0,08          | 0,09        | 0,10        | 0,08          | 0,07          | -0,08         | -0,04         | 0,07        | -0,02         |
| Образованность                                 | <b>0,31</b>   | 0,05          | 0,01          | <b>0,19</b> | 0,10        | -0,01       | 0,13          | 0,11          | 0,10        | 0,02        | 0,15          | 0,08          | -0,08         | 0,04          | 0,05        | -0,10         |
| Ответственность                                | 0,15          | 0,06          | -0,05         | <b>0,21</b> | 0,14        | 0,02        | -0,03         | -0,05         | 0,03        | -0,11       | 0,09          | 0,02          | 0,01          | 0,10          | <b>0,17</b> | -0,04         |
| Рационализм                                    | 0,06          | 0,09          | <b>0,19</b>   | <b>0,29</b> | <b>0,17</b> | 0,02        | -0,06         | 0,01          | 0,01        | 0,09        | 0,14          | 0,10          | 0,09          | <b>0,16</b>   | 0,05        | -0,08         |
| Самоконтроль                                   | 0,10          | 0,15          | -0,01         | <b>0,29</b> | 0,10        | -0,09       | <b>0,17</b>   | 0,12          | 0,05        | 0,03        | 0,13          | 0,06          | -0,02         | 0,14          | 0,04        | -0,14         |
| Смелость в отстаивании своего мнения, взглядов | 0,05          | <b>0,36</b>   | 0,07          | 0,12        | 0,10        | 0,08        | -0,13         | -0,04         | -0,07       | -0,10       | -0,07         | 0,11          | 0,07          | 0,13          | 0,13        | 0,10          |
| Твердая воля                                   | 0,13          | <b>0,21</b>   | -0,10         | <b>0,19</b> | -0,05       | -0,17       | - <b>0,16</b> | -0,04         | -0,03       | -0,10       | -0,09         | -0,07         | -0,02         | 0,13          | 0,04        | -0,05         |
| Терпимость                                     | <b>0,16</b>   | -0,02         | -0,07         | <b>0,21</b> | 0,03        | -0,12       | 0,06          | <b>0,23</b>   | 0,09        | 0,00        | -0,06         | -0,07         | -0,06         | 0,05          | 0,02        | -0,04         |
| Широта взглядов                                | <b>0,34</b>   | - <b>0,22</b> | -0,12         | -0,06       | -0,04       | -0,12       | 0,02          | 0,01          | <b>0,21</b> | -0,07       | - <b>0,21</b> | -0,16         | -0,06         | - <b>0,19</b> | 0,02        | -0,03         |
| Честность                                      | 0,03          | -0,07         | -0,04         | 0,08        | <b>0,22</b> | 0,02        | 0,01          | 0,04          | 0,10        | 0,00        | 0,11          | 0,03          | -0,05         | -0,03         | 0,14        | -0,06         |
| Эффективность в делах                          | <b>0,43</b>   | 0,07          | -0,04         | <b>0,33</b> | 0,13        | 0,02        | 0,14          | <b>0,26</b>   | <b>0,18</b> | -0,00       | <b>0,19</b>   | -0,08         | - <b>0,22</b> | 0,06          | 0,08        | -0,11         |
| Чуткость                                       | <b>0,18</b>   | -0,00         | 0,04          | <b>0,32</b> | <b>0,16</b> | 0,09        | -0,02         | 0,05          | 0,12        | -0,05       | -0,03         | 0,01          | -0,01         | 0,10          | 0,13        | 0,07          |

жизнь, интересная работа, красота природы и искусства, любовь, общественное признание, познание, продуктивная жизнь, счастливая семейная жизнь, счастье других, уверенность в себе, воспитанность, исполнительность, независимость, рационализм, твердая воля, терпимость, широта взглядов, эффективность в делах, чуткость. Т.е. наиболее тесно связаны с доверием/недоверием ценности, выражающие жизненную позицию личности и ее отношение к другим людям. Необходимо проанализировать характер этих взаимосвязей.

Наиболее интересными являются следующие результаты. Для личности, считающей высокозначимыми ценностями жизненную мудрость и здоровье, характерны низкие оценки Знания человека, которому она доверяет больше всего, и меньшая дельта по этой шкале (разница между Знанием человека, которому доверяет больше всего, и человека, который доверие не оправдал). Ценность счастливой семейной жизни повышает все показатели отношения к человеку, которому доверяют больше всего. При этом возрастает не только позитивная составляющая отношения с ним, но и оценки недостатков этого человека. Т.е. для людей с выраженным стремлением и ориентацией на счастливую семейную жизнь характерно эмоционально заряженное и амбивалентное отношение к близким людям. У такой личности сильная любовь к ним сочетается с высокой требовательностью.

Высокая ценность познания, продуктивной жизни и развития характерна для личности, негативно оценивающей недостатки человека, которому доверяют больше всего, и низко — свое знание этой категории людей, но одновременно более позитивно относящейся к человеку, который доверия не оправдал. Последний результат может быть объяснен тем, что личность, ориентированная на тесное взаимодействие с миром, имеющая высокий интерес к окружающим людям, не выстраивает психологических барьеров между собой и людьми, не оправдавшими возложенного доверия, а продолжает рассматривать их как достойных партнеров для взаимодействия.

Интересно также, что ценность счастья других характерна для людей, позитивно относящихся к человеку, которому доверяют больше всего, и негативно — к человеку, который доверия не оправдал. Аналогичная взаимосвязь характерна для ценности независимости. Т.е. счастье других и независимость наиболее значимы для людей, сильно дифференцирующих свое отношение к окружающим людям. Поскольку нами ранее выделялся соответствующий личностный тип, можно сделать предположение, что ценностные ориентации будут иметь особенности у представителей разных типов доверия/недоверия другим людям. Для проверки этого предположения был

выполнен кластерный анализ и выделены 4 типа, различающихся отношением к двум категориям людей – человеку, которому доверяют больше всего, и человеку, который доверия не оправдал: «Недифференцирующий, непонимающий людей»; «Доверяющий на основании надежности и приязни»; «Понимающий людей»; «Сильно дифференцирующий людей» (в следующем параграфе будет описана более полная типология, а также определены психологические и социально-демографические характеристики представителей пяти основных типов и наиболее интересных их подтипов).

Четыре типа, выделенных на данной выборке, имеют следующие особенности. Тип 1 «Недифференцирующий, непонимающий людей» отличается самой слабой дифференциацией оцениваемых категорий людей. Кроме того, для него характерны самые низкие оценки Расчета в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и самые высокие оценки по этой шкале в отношениях с человеком, который доверия не оправдал. Для типа 2 «Доверяющего на основании надежности и приязни» характерно противоречивое отношение к своей способности прогнозировать поведение партнера, не оправдавшего доверие. В то же время отношения доверия являются позитивными и непротиворечивыми. Наиболее значимые критерии доверия/недоверия для этого типа – Надежность и Приязнь. Тип 3 «Понимающий людей», слабо дифференцирующий свое отношение к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал; уверенный в своей способности прогнозировать поведение последнего, считая его довольно предсказуемым. Тип 4 «Сильно дифференцирующий людей» отличается максимальной степенью дифференциации отношений к человеку, которому доверяет больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал, по всем сопоставимым шкалам.

Сопоставление ценностных ориентаций представителей различных типов показало, что между ними существуют выраженные отличия (таблица 12). Тип 1 «Недифференцирующий, непонимающий людей» отличается предпочтением таких ценностей, как: здоровье, красота природы и искусства, свобода, широта взглядов. Можно предположить, что именно широта взглядов позволяет нейтрально оценивать как близких, так и далеких людей. Но можно также сделать вывод о том, что для данного типа окружающие люди, так же как и доверительные отношения, мало значимы. Вполне возможно, что у такого человека нет ни близких друзей, ни врагов.

Тип 2 «Доверяющий на основании надежности и приязни» высоко ценит здоровье, любовь, счастливую семейную жизнь, аккуратность, терпимость и чуткость. Для него характерны высокие показатели



доверия близкому человеку. Отношение к человеку, который доверия не оправдал, занимает среднее положение среди остальных типов, что, вероятно, объясняется ценностью терпимости и чуткости.

Анализ показывает, что для типа 3 «Понимающий людей» характерно наибольшее количество высокозначимых ценностей. По сравнению с другими типами для них более значимы активная деятельная жизнь, жизненная мудрость, познание, продуктивная жизнь, счастливая семейная жизнь, творчество, уверенность в себе, высокие запросы, образованность, ответственность, терпимость, эффективность в делах и чуткость (таблица 12). Такое количество высокозначимых ценностей можно объяснить высокой жизненной и социальной активностью, поиском своего места в этом мире, т.е. интенсивным самоопределением личности. Подобная жизненная позиция предполагает высокую значимость доверия как основы тесного взаимодействия с людьми. Этим объясняется высокие показатели отношения к человеку, которому доверяют больше всего. Однако заинтересованность в контактах с широким кругом людей в сочетании со значимостью терпимости и чуткости позволяют этой личности также сохранять довольно хоро-

**Таблица 12.** Ценностные ориентации разных типов доверия/недоверия другим людям (значимость ценности оценивалась по 5-балльной шкале, N 150; полужирным шрифтом выделены наибольшие значения, курсивом — наименьшие)

| Ценности                        | Тип 1       | Тип 2       | Тип 3       | Тип 4 | Значимые различия между типами                       |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------|--|
| 1                               | 2           | 3           | 4           | 5     | 6  |
| Активная деятельная жизнь       | 4,44        | 4,28        | <b>4,48</b> | 4,23  | –  |
| Жизненная мудрость              | 4,08        | 3,81        | <b>4,33</b> | 4,28  | Между 2 и 3, $p=0,006$                               |
| Здоровье                        | 4,56        | 4,60        | 4,52        | 4,41  | –  |
| Интересная работа               | 4,05        | 4,23        | 4,24        | 4,00  | –  |
| Красота природы и искусства     | <b>4,10</b> | 3,51        | 3,50        | 3,23  | Между 1 и 2, 3, 4, $p<0,005$                         |
| Любовь                          | 4,54        | <b>4,64</b> | 4,38        | 3,82  | Между 2 и 3, 4, $p<0,09$ ;<br>Между 1 и 4, $p=0,005$ |
| Материально обеспеченная жизнь  | 4,13        | 4,28        | 4,05        | 3,64  | Между 1 и 4, $p=0,02$                                |
| Наличие хороших и верных друзей | 4,44        | 4,49        | 4,60        | 4,50  | –  |

Таблица 12 (Окончание)

| 1  | 2           | 3           | 4           | 5           | 6  |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|--|
| Общественное признание                         | 3,59        | 3,85        | 3,78        | 3,45        | –  |
| Познание                                       | 4,38        | 3,77        | <b>4,55</b> | 3,82        | Между 1 и 2, 4 $p=0,04$ ;<br>Между 3 и 2, 4, $p<0,007$ |
| Продуктивная жизнь                             | 3,97        | 3,85        | <b>4,29</b> | 3,73        | Между 3 и 2, 4, $p<0,03$                               |
| Развитие                                       | 4,36        | 4,28        | 4,33        | 3,86        | Между 1, 3 и 4, $p<0,05$                               |
| Развлечения                                    | 3,72        | 3,83        | 3,60        | 3,82        | –  |
| Свобода  | 4,56        | 4,28        | 4,52        | <b>4,73</b> | Между 1 и 2, $p=0,007$                                 |
| Счастливая семейная жизнь                      | 4,15        | 4,60        | <b>4,64</b> | 4,36        | Между 1 и 2, 3, $p<0,002$                              |
| Счастье других                                 | 3,28        | 3,68        | 3,50        | <b>3,91</b> | Между 1 и 2, 4, $p<0,05$                               |
| Творчество                                     | 3,79        | 3,17        | <b>4,10</b> | 3,73        | Между 2 и 1, 3, $p<0,009$                              |
| Уверенность в себе                             | 4,33        | 4,47        | <b>4,71</b> | 4,64        | Между 3 и 1, 2, $p<0,03$                               |
| Аккуратность                                   | 3,72        | <b>4,04</b> | 3,43        | 3,73        | Между 2 и 1, 3, $p<0,06$                               |
| Воспитанность                                  | 4,23        | 3,94        | 4,29        | 4,00        | Между 2 и 1, 3, $p<0,08$                               |
| Высокие запросы                                | 3,62        | 3,21        | <b>3,88</b> | 3,36        | Между 3 и 2, 4, $p<0,04$ ;<br>Между 1 и 2, $p=0,05$    |
| Жизнерадостность                               | 4,05        | 4,40        | 4,52        | 4,45        | Между 1 и 2, 3, $p<0,05$                               |
| Исполнительность                               | 4,00        | 3,96        | 4,07        | 3,73        | –  |
| Независимость                                  | 4,23        | 4,21        | 4,33        | <b>4,82</b> | Между 1, 3 и 4, $p<0,01$                               |
| Непримиримость к недостаткам в себе и других   | 2,87        | 3,17        | 3,38        | 3,14        | Между 1 и 3, $p=0,04$                                  |
| Образованность                                 | 4,38        | 4,13        | 4,71        | 4,64        | Между 3 и 1, 2, $p<0,07$                               |
| Ответственность                                | 4,33        | 4,47        | <b>4,69</b> | 4,64        | Между 1 и 3, $p<0,02$                                  |
| Рационализм                                    | 3,54        | 3,72        | 3,88        | <b>4,00</b> | Между 1 и 3, 4 $p<0,09$                                |
| Самоконтроль                                   | 3,85        | 3,85        | 4,24        | 4,09        | Между 3 и 1, 2, $p<0,05$                               |
| Смелость в отстаивании своего мнения, взглядов | 3,85        | 4,38        | 4,24        | <b>4,59</b> | Между 1 и 2, $p<0,005$ ;<br>Между 4 и 1, 3, $p<0,07$   |
| Твердая воля                                   | 4,05        | 4,08        | 4,29        | <b>4,41</b> | –  |
| Терпимость                                     | 3,82        | <b>4,17</b> | <b>4,10</b> | 3,82        | Между 2 и 1, 4, $p<0,06$                               |
| Широта взглядов                                | <b>4,28</b> | 3,81        | 4,10        | 4,05        | Между 1 и 2, $p<0,005$                                 |
| Честность                                      | 4,10        | 4,15        | 4,21        | 4,05        | –  |
| Эффективность в делах                          | 3,92        | 3,91        | <b>4,55</b> | 4,00        | Между 3 и 1, 2, 4, $p<0,01$                            |
| Чуткость                                       | 3,74        | <b>4,19</b> | <b>4,19</b> | 3,86        | Между 1 и 2, 3, $p<0,03$                               |

шее отношение к человеку, который доверия не оправдал.

Интересно также, что тип 4 «Сильно дифференцирующий людей» весьма избирательно оценивает субъективную значимость ценностей. Большинство из них для него менее значимо, чем для других типов. Однако есть и высокозначимые ценности: свобода, счастье других, независимость, рационализм, смелость в отстаивании взглядов, твердая воля. Таким образом, и сами значимые ценности и избирательность в их оценке позволяет говорить о том, что для данного типа характерны не только полярные оценки окружающих людей, но также бескомпромиссность и безапелляционность поведения, оценок и суждений. Вероятно, для такой личности может быть характерна и высокая требовательность к себе. Не случайно один из подтипов в нашей типологии (параграф 4.5) получил название «максималист».

**Особенности доверия/недоверия личности другим людям у представителей различных типов гендерной идентичности.** В ходе исследования ранее были выявлены особенности доверия/недоверия другим людям у мужчин и женщин. В связи с этим особый интерес представляет определение особенностей доверия/недоверия у представителей разных типов гендерной идентичности. С этой целью было выполнено специальное исследование на основе методики измерения гендерной идентичности С. Бем, адаптированной В.А. Лабунской и М.В. Бураковой, в котором приняли участие 80 человек (мужчин и женщин — по 50%). Были выделены следующие типы гендерной идентичности, представленные в данной выборке:

1. Гиперфемининный тип, отличающийся максимальным преобладанием фемининных качеств, убеждений и предпочтений. К этому типу относятся 9 человек, все они – женщины.
2. Андрогинный тип (смешанный), к которому относятся 36 человек: 25 мужчин и 11 женщин.
3. Фемининный тип включает 18 человек: 17 женщин и 1 мужчина.
4. Маскулинный тип, к которому относятся 17 человек: 14 мужчин и 3 женщины.

Анализ различий по критерию Манна–Уитни позволил выявить следующие особенности показателей доверия/недоверия другим людям у представителей этих типов. Для сравнения в таблице 13 приводятся также данные мужской и женской части выборки.

Как видно из таблицы, различия между фемининным и маскулинным типом в целом схожи с различиями между мужчинами и женщинами. Маскулинная личность оценивает выше Знание человека, кото-

Таблица 13

Различия личностного доверия/недоверия у различных типов гендерной идентичности,  
а также мужчин и женщин (N80)

| Параметр\группа  | Тип гендерной идентичности |              |              |               | Пол     |         | Группы и типы, различия между которыми значимы                      |
|------------------|----------------------------|--------------|--------------|---------------|---------|---------|---|
|                  | 1 Гиперфемининный          | 2 Андрогиный | 3 Фемининный | 4 Маскулинный | Мужской | Женский |   |
| 1. Надежность Д  | 4,62                       | 4,46         | 4,43         | 4,41          | 4,47    | 4,55    | –   |
| 2. Знание Д      | 4,02                       | 4,10         | 3,77         | 4,12          | 4,17    | 3,87    | 3 и 4 p<0,04<br>м и ж p<0,008                                       |
| 3. Приязнь Д     | 4,33                       | 4,47         | 4,38         | 4,37          | 4,45    | 4,39    | –   |
| 4. Единство Д    | 3,37                       | 4,03         | 3,83         | 3,81          | 3,95    | 3,79    | 2 и 1 p<0,03  |
| 5. Расчет Д      | 4,13                       | 4,15         | 3,78         | 4,11          | 4,26    | 3,86    | м и ж p<0,0002  |
| 6. Надежность НД | 2,84                       | 1,91         | 2,33         | 1,92          | 1,86    | 2,37    | 1 и 4 p<0,0005<br>3 и 4 p<0,02<br>2 и 1 p<0,00004<br>м и ж p<0,0001 |
| 7. Знание НД     | 2,71                       | 2,57         | 2,73         | 2,76          | 2,62    | 2,71    | –   |
| 8. Приязнь НД    | 3,02                       | 2,40         | 2,34         | 2,31          | 2,38    | 2,50    | 1 и 3 p<0,04<br>1 и 4 p<0,02<br>2 и 1 p<0,01                        |
| 9. Единство НД   | 2,44                       | 2,28         | 2,50         | 2,29          | 2,34    | 2,36    | –   |
| 10. Расчет НД    | 2,66                       | 2,70         | 2,82         | 2,51          | 2,74    | 2,63    | –   |

рому доверяет больше всего, и ниже – Надежность человека, который доверия не оправдал. Можно также сказать, что различие в оценках Единства с человеком, который доверия не оправдал, у маскулинного и фемининного типов сильнее, нежели между мужчинами и женщинами. Два других типа гендерной идентичности, выделенные на данной выборке, имеют следующие особенности. Андрогинные мужчины и женщины характеризуются наиболее высокими среди всех групп показателями Приязни, Единства и Расчета по отношению к человеку, которому доверяют больше всего, и самыми низкими оценками Надежности, Знания и Единства с человеком, который доверия не оправдал. Т.е. андрогинные, включенные в данную выборку, характеризуются наибольшим различием в отношении к сравниваемым категориям людей. В свою очередь гиперфемининные женщины отличаются наиболее высокими оценками Надежности человека, которому доверяют больше всего, но также и наименьшими оценками Единства и Приязни к нему. У них также наиболее высокие оценки Надежности и Приязни к человеку, который доверия не оправдал. Вероятно, гиперфемининные женщины чаще ощущают собственную уязвимость и незащищенность, поэтому в отношениях для них особо важны надежность и поддержка. Показательно, что они рассчитывают на помощь и поддержку даже от человека, который однажды не оправдал доверия.

Обобщая полученные данные, можно сказать, что Надежность человека, которому доверяют больше всего, а также Знание и Приязнь к человеку, который доверие не оправдал, в большей степени определяется полом, а не гендером. В то же время Единство с человеком, которому доверяют больше всего, а также Единство и Расчет с человеком, который доверие не оправдал – определяется скорее гендером, а не полом респондентов.

**Взаимосвязь доверия/недоверия другим людям с тревожностью, агрессивностью, общительностью и отношением личности к другим людям.** Среди отечественных исследований, посвященных данной проблеме, следует отметить работу Л.А. Журавлевой [8]. Ею выполнено исследование взаимосвязи общительности личности и доверия к людям с использованием методики диагностики межличностного доверия Р. Левицки, М. Стивенсон и Б. Банкер, а также методики интерперсональной диагностики Т. Лири и опросника для изучения общительности А.И. Крупнова. Л.А. Журавлевой обнаружена связь между доверием личности и типами отношений к людям [8]. В частности, тип доверия по расчету имеет связь с сотрудничающим-конвенциональным типом отношения к людям. Тип доверия по знанию положительно коррелирует с сотруд-

ничающим-конвенциональным типом отношения к людям и фактором доброжелательности. Тип доверия по тождеству положительно коррелирует с властно-лидирующим, сотрудничающим-конвенциональным, ответственно-великодушным типами отношений к людям. Общий уровень доверия имеет положительную корреляционную связь с властно-лидирующим, сотрудничающим-конвенциональным, ответственно-великодушным типами отношений к людям и факторами доминирования и доброжелательности. Тип недоверия по расчету положительно коррелирует с властно-лидирующим типом отношения к людям. В ходе общего исследования были установлены также взаимосвязи доверия и общительности личности. Общий уровень доверия положительно коррелирует со стеничностью, осмысленностью, предметностью, субъектностью, социоцентричностью, эгоцентричностью, личностно-значимыми целями. Отрицательные связи выявлены между высоким уровнем доверия и операциональными трудностями в общении [8]. Работа Л.А. Журавлевой представляет особый интерес, поскольку ее программа наиболее близка к программе нашего исследования.

Выявление личностных детерминант доверия/недоверия другим людям проводилось в ходе исследования доверия в организации, которому посвящена глава 6. В результате анализа были получены следующие корреляционные коэффициенты между десятью основными показателями доверия/недоверия другим людям и показателями методик личностной тревожности Ч.Д. Спилберга, агрессивности А. Баса и А. Дарки, общительности В.Ф. Ряховского и межличностных отношений Т. Лири. В результате исследования не выявлены значимые взаимосвязи между **личностной тревожностью** и доверием/недоверием личности другим людям. Высокий уровень тревожности в слабой степени связан с Приятностью и Расчетом в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и Надежностью человека, который доверия не оправдал (таблица 14). Интересно, что **общительность личности** имеет положительные корреляционные связи главным образом с отношением к человеку, который доверия не оправдал. Позитивное влияние общительность оказывает на все показатели отношения к нему, но особенно — на Знание и Расчет (таблица 14).

Показатели **личностной агрессивности** имеют довольно много неоднозначных взаимосвязей с показателями доверия/недоверия (таблица 14). Наиболее интересными результатами являются данные о том, что физическая и вербальная агрессия, подозрительность и негативизм имеют отрицательные взаимосвязи с отношением к человеку, который доверие не оправдал. В то время как обида и косвенная агрессия положительно связаны с отношением к этому человеку (таблица 14).

**Таблица 14.** Коэффициенты корреляции показателей доверия/недоверия личности другим людям с тревожностью, агрессивностью и общительностью личности (N75)

|               | Тревожность | Общительность | Агрессивность       |                    |                   |            |              |                  |                     | Чувство вины |             |
|---------------|-------------|---------------|---------------------|--------------------|-------------------|------------|--------------|------------------|---------------------|--------------|-------------|
|               |             |               | Физическая агрессия | Косвенная агрессия | Раздражительность | Негативизм | Обида        | Подозрительность | Вербальная агрессия |              |             |
| Надежность Д  |             |               |                     |                    |                   |            | 0,15         |                  |                     | 0,17         |             |
| Знание Д      |             |               | -0,17               | <b>-0,35</b>       |                   |            |              |                  |                     |              |             |
| Приязнь Д     | 0,29        |               |                     | 0,28               |                   |            |              |                  | -0,26               | -0,18        | <b>0,38</b> |
| Единство Д    |             |               |                     |                    |                   |            | 0,21         |                  | -0,17               |              |             |
| Расчет Д      | 0,21        | -0,19         |                     | -0,21              | -0,24             |            | 0,26         |                  |                     |              |             |
| Надежность НД | 0,29        | 0,28          | -0,25               | 0,23               |                   |            | <b>-0,46</b> | 0,22             | -0,20               | -0,31        |             |
| Знание НД     |             | <b>0,33</b>   | -0,17               |                    |                   |            | -0,24        |                  |                     | -0,18        |             |
| Приязнь НД    |             | 0,20          |                     | 0,25               |                   |            |              |                  |                     |              |             |
| Единство НД   |             | 0,24          |                     |                    |                   |            | -0,23        |                  | -0,16               |              |             |
| Расчет НД     |             | <b>0,34</b>   | -0,20               | 0,28               | 0,15              |            | <b>-0,40</b> | 0,25             |                     | -0,20        | <b>0,32</b> |

Таблица 15. Коэффициенты корреляции показателей доверия/недоверия личности другим людям с показателями отношения к другим людям по методике Т. Лири (N60)

|               | Я – реальное   |               |               |                  |               |             |            |                  | Я – идеальное  |               |               |                  |               |             |            |                  |
|---------------|----------------|---------------|---------------|------------------|---------------|-------------|------------|------------------|----------------|---------------|---------------|------------------|---------------|-------------|------------|------------------|
|               | Авторитарность | Эгоистичность | Агрессивность | Подозрительность | Подчиняемость | Зависимость | Дружелюбие | Альтруистичность | Авторитарность | Эгоистичность | Агрессивность | Подозрительность | Подчиняемость | Зависимость | Дружелюбие | Альтруистичность |
| Надежность Д  |                |               |               | 0,22             |               |             | -0,20      | -0,19            |                |               |               |                  |               |             |            |                  |
| Знание Д      |                | 0,33          |               | 0,23             |               |             |            |                  |                |               |               |                  |               |             |            |                  |
| Приязнь Д     | -0,23          |               | -0,28         |                  | -0,28         |             |            |                  |                |               |               |                  |               |             |            |                  |
| Единство Д    | -0,29          | <b>-0,53</b>  |               | 0,26             |               |             |            |                  |                |               |               |                  |               |             |            | 0,23             |
| Расчет Д      |                |               |               | 0,24             |               |             |            |                  |                |               | 0,20          |                  |               |             |            |                  |
| Надежность НД | 0,23           |               | 0,21          | <b>-0,34</b>     |               |             |            |                  |                |               |               |                  |               |             |            |                  |
| Знание НД     |                |               |               | -0,25            |               |             |            |                  |                |               |               |                  |               |             |            |                  |
| Приязнь НД    |                |               |               | <b>-0,39</b>     |               |             |            |                  |                |               |               |                  |               |             |            |                  |
| Единство НД   |                |               |               | -0,31            |               |             |            |                  |                | 0,20          |               |                  |               |             |            |                  |
| Расчет НД     |                | -0,27         | -0,24         | -0,32            |               |             |            |                  |                |               |               |                  |               |             |            |                  |



Интересно также, что высокая косвенная агрессия сочетается с низкими оценками Знания и Расчета в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и с высокими оценками Надежности, Приязни и Расчета в отношении человека, который доверия не оправдал. Негативизм личности, напротив, положительно связан с Надежностью, Единством и Расчетом в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и отрицательно с Надежностью, Знанием, Единством и Расчетом в отношении к человеку, который доверия не оправдал.

Этот результат позволяет предположить, что негативизм является одним из свойств личности, обуславливающих высокую дифференциацию социального окружения, в том числе, по показателям доверия/недоверия. Физическая, вербальная агрессия и подозрительность оказывают отрицательное влияние на отдельные показатели отношения к обеим сравниваемым категориям людей. Интересно также, что чувство вины, напротив, положительно взаимосвязано с Приязнью к человеку, которому доверяют больше всего, и Расчетом в отношениях с человеком, который доверия не оправдал (таблица 14).

Одно из теоретических положений нашего исследования состоит в том, что в доверии и/или недоверии проявляется направленность субъекта на сохранение или изменение самого себя, других людей и окружающего мира (глава 1). Некоторой иллюстрацией стремления личности к самоизменению выступают результаты анализа взаимосвязей доверия/недоверия личности другим людям и **оценок «Я-реального» и «Я-идеального»** по методике Т. Лири (таблица 15). Наибольшее число взаимосвязей с отношением к обеим сравниваемым категориям людей имеет показатель подозрительности «Я-реального». Самооценка подозрительности положительно связана с Надежностью, Знанием, Единством и Расчетом в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и отрицательно (по всем пяти шкалам) с показателями отношения к человеку, который доверия не оправдал. Таким образом, это свойство личности также определяет высокую дифференциацию окружающих людей по показателям доверия/недоверия. Ориентация личности на повышение собственной авторитарности, эгоистичности, агрессивности, подозрительности, подчиняемости, а также дружелюбия и альтруистичности оказывает негативное влияние на Приязнь в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и Знание человека, который доверия не оправдал (таблица 15). В то же время на Единство с человеком, который доверия не оправдал, позитивное влияние оказывают высокие оценки авторитарности, зависимости и дружелюбия «Я-идеального». Сопоставление одноименных шкал методики

Т. Лири и методики А. Басса и А. Дарки показывает, что если самооценка подозрительности («Я-реальное») позитивно влияет на отношение к человеку, которому доверяют больше всего, и негативно — на отношение к человеку, который доверия не оправдал, то личностная подозрительность снижает оценки отношения к обеим категориям людей. Данное различие, разумеется, может быть связано с особенностями выборки, однако вполне вероятно, что в нем проявляется специфика влияния на отношение с другими людьми личностных черт и представлений о них личности.

**Личностные факторы доверия другим людям.** Для выявления личностных факторов, помимо авторского опросника, в исследование были включены еще три методики. Использование методики межличностного доверия Р. Левицки, М. Стивенсона и Б. Банкер (Приложение 7), являющейся прототипом авторской, представляет большой интерес с точки зрения ее эмпирической проверки. Для анализа нравственно-психологической детерминации доверия/недоверия применялась трехмерная методика изучения отношения личности к соблюдению нравственных норм (методика ОСНН) [9, 10], которая оценивает отношение по трем параметрам: уровню, гибкости в зависимости от психологической дистанции и устойчивости во времени. Она измеряет эти параметры отношения по пяти нравственным качествам: терпимости, принципиальности, справедливости, правдивости и ответственности. Причем для четырех различных категорий людей, различающихся по критерию психологической дистанции. Для анализа черт личности, которые могут оказывать влияние на формирование отношений доверия/недоверия личности, в программу был включен 16-факторный опросник Р. Кеттелла (форма С). Использование этой методики позволило определить черты личности взаимосвязанные с доверием/недоверием.

В исследовании принимали участие 85 менеджеров низового и среднего звеньев коммерческих предприятий г. Москвы, среди которых мужчин — 52%, женщин — 48%. Респонденты принадлежали к пяти возрастным группам в диапазоне от 18 до 60 лет. Выявление индивидуально-психологических детерминант доверия личности проводилось с использованием корреляционного и факторного анализа. В результате анализа корреляционных связей между показателями доверия, показателями отношения личности к соблюдению нравственных норм и 16 личностных факторов Р. Кеттелла установлено, что существуют взаимосвязи между показателями доверия/недоверия, отношения к соблюдению нравственных норм и индивидуально-пси-

хологическими характеристиками, однако однозначных связей не обнаружено. Их характер позволяет предположить, что существуют определенные симптомокомплексы (сочетания) индивидуально-психологических характеристик, которые определяют особенности доверия/недоверия личности другим людям. Для выявления этих латентных детерминант применялся факторный анализ. Из совокупности полученных факторов нами выделены четыре определяющие особенности доверия/недоверия личности другим людям.

**1-й фактор — доверие «чужим»** (объясняемая дисперсия — 9,11%). Фактор определяет высокие значения показателей доверия по отношению к человеку, не оправдавшему доверие. Находящаяся под его влиянием личность сохраняет убеждение, что может предсказывать поведение и имеет много общего с человеком, который не оправдал доверия. У таких людей минимальное различие между показателями доверия двум категориям людей: тем, кому доверяют больше всего, и тем, кто доверия не оправдал. Такая личность часто сочетает в себе открытость, добросердечие, общительность (фактор А по методике Р. Кеттелла), эмоциональную устойчивость (С), активность в социальных контактах (Н), развитую склонность к эмпатии (I), в то же время, ранимость, впечатлительность (О). Она большее количество людей относит к близким кругам психологической дистанции.

**2-й фактор — социальная смелость и контроль** (объясняемая дисперсия — 4,62%). Влияние фактора характеризуется сочетанием эмоциональной устойчивости (С), высокой нормативности поведения (G), высокой самооценки (MD), социальной смелости (Н), высокого самоконтроля (Q3). Для такого сочетания качеств характерны низкие оценки Единства с человеком, не оправдавшим доверие, и большое различие показателей Единства с этим человеком и человеком, которому доверяют больше всего. Можно предположить, что данный фактор определяет тип доверия по единству (тождеству).

**3-й фактор — доверие близким людям и высокая дифференциация социального окружения по степени доверия/недоверия** (объясняемая дисперсия — 3,80%). Фактор определяет высокие показатели доверия с близким человеком как по среднему его показателю, так и по отдельным компонентам: Единству, Расчету, Предсказуемости. Кроме того, фактор определяет высокие различия по шкалам Единство и Расчет, а также, общее различие между средними показателями доверия по отношению к человеку, которому доверяют больше всего, и человеку, не оправдавшему доверие. Подобные особенности доверия сочетаются с напряженностью, высокой мотивацией и состоянием фрустрации личности (Q4).

**4-й фактор — скрытая доминантность** (объясняемая дисперсия — 2,28%). Фактор связан с выраженной доминантностью (Е) и в то же время дипломатичностью (N) и определяет низкий уровень чувства тождества (Единства) с людьми, не оправдавшими доверие, а также высокий уровень уверенности в том, что личность хорошо знает людей, которым доверяет больше всего.

Таким образом, установлено, что индивидуально-психологические особенности доверия личности определяются четырьмя факторами: двумя основными и двумя вспомогательными. Доверие близким людям и степень дифференциации окружения по уровню доверия определяет одноименный фактор (№3). Однако убеждение, что поведение человека, который не оправдал доверия, может быть предсказуемо, что с ним можно иметь общие цели, интересы, определяется фактором «доверия “чужим”» (№1). Кроме того, отношение к человеку, который не оправдал доверия, определяет фактор «скрытой доминантности» (№4). Его влияние проявляется в увеличении уровня доверия по знанию и в уменьшении уровня доверия по тождеству (единству). Фактор «социальной смелости и контроля» (№ 2) определяет низкие оценки Единства с человеком, не оправдавшим доверия, и большое различие между Единством с человеком, которому доверяют больше всего, и человеком, не оправдавшим доверия. Можно предположить, что этот фактор определяет тип доверия по тождеству (единству). Построенная типология подтвердила это предположение.

Оценивая результаты различных этапов исследования с применением различных методических приемов, мы установили, что данные достаточно хорошо согласуются и дополняют друг друга. Сопоставление результатов кластерного и факторного анализа позволило более детально описать *психологические портреты основных типов доверия и недоверия* определить их социально-демографические особенности.

#### **4.5. Психологические типы доверия/недоверия личности другим людям**

---

В результате кластерного анализа по методу К-средних 6 показателей отношения к человеку, которому доверяют больше всего, и 6 показателей отношения к человеку, который доверия не оправдал, была построена типология доверия/недоверия личности другим людям. Выборка этой части исследования составила 734 человека, что определило большее по сравнению с нашими ранними исследованиями число

выделенных типов. Полученная типология включает пять основных типов. Наиболее многочисленные и разнородные из них разделяются также на несколько подтипов. Такая структура позволила достаточно точно описать существующие личностные типы доверия/недоверия другим людям и провести их психологический анализ.

На рисунке 1 представлены пять основных типов. Наиболее кратко можно охарактеризовать их следующим образом. Тип 1 является одним из наиболее многочисленных. К нему относятся 24,3% респондентов. В целом представители данного типа слабее дифференцируют свое отношение к двум категориям людей (человек, которому доверяют больше всего, и человек, который доверия не оправдал), чем представители большинства остальных типов. Только

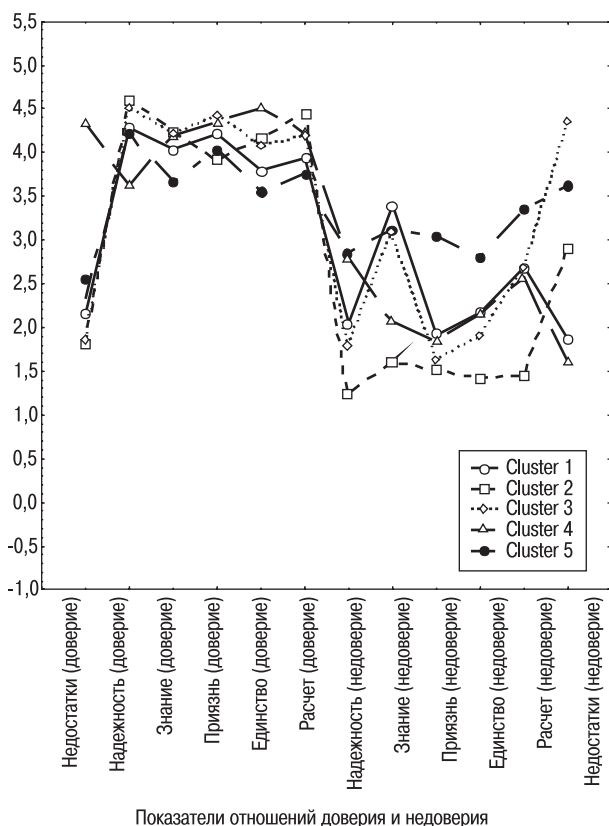


Рис. 1. Типы доверия/недоверия личности другим людям

Тип 5 демонстрирует еще меньшую дифференциацию. Основная особенность представителей типа 1 заключается в наиболее высоких оценках Знания человека, который доверия не оправдал, в сочетании с низкими оценками его Недостатков. Т.е. такая личность уверена в своей способности прогнозировать поведение этого человека, которого считает довольно предсказуемым, надежным, приятным и т.д. Данный тип уже выделялся нами ранее и получил название **«Понимающий людей»**.

Тип 2 характерен для 13,9% респондентов. Он отличается максимальной степенью дифференциации отношений к человеку, которому доверяет больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал, по всем сопоставимым шкалам. Условное название типа — **«Сильно дифференцирующий людей»**.

Тип 3 включает 33,8% выборки, т.е. является наиболее многочисленным. Неудивительно поэтому, что его показатели в основном занимают промежуточное положение среди показателей всех типов. Однако есть одно ярко выраженное отличие — тип 3 наиболее высоко оценивает Недостатки человека, который доверия не оправдал, и одновременно — свое Знание этого человека. Кроме того, для данного типа характерны крайне низкие оценки Недостатков человека, которому доверяют больше всего. Можно сказать, что в отличие от отношений недоверия отношения доверия являются позитивными и непротиворечивыми. Наиболее значимые критерии доверия/недоверия для этого типа — Надежность и Приязнь. Поэтому он получил условное название **«Доверяющий на основании надежности и приязни»**.

В отличие от описанного типа тип 4 характеризуется сочетанием высоких оценок Недостатков человека, которому доверяют больше всего, и высоких оценок Знания, Приязни, Единства, Расчета в отношениях с ним. Такая амбивалентность в доверии накладывает отпечаток на оценки Надежности этого человека — ее показатель наиболее низок среди всех типов. К типу 4 относится 8,2% респондентов. Данный тип был назван **«Амбивалентно доверяющий»**.

Тип 5, к которому относятся 19,8% респондентов, выделяется среди остальных самой низкой дифференциацией оцениваемых категорий людей (рисунок 1). Кроме того, для него характерны самые низкие оценки Расчета в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и самые высокие оценки по этой шкале в отношениях с человеком, который доверия не оправдал. Условное название типа — **«Недифференцирующий людей»**.

Ниже мы дадим психологическую и социально-демографическую характеристику пяти основных выделенных типов и наиболее

интересных их подтипов. В таблице 16 приведено процентное соотношение представителей различных социальных и демографических групп по всей выборке и среди представителей пяти основных типов доверия/недоверия.

Эти данные позволяют определить наиболее характерного представителя некоторых типов. На основании изложенных в предыдущем параграфе результатов исследований индивидуально-психологических детерминант доверия личности были составлены психологические портреты представителей разных типов доверия/недоверия другим людям.

**Таблица 16.** Социально-демографические характеристики основных типов доверия/недоверия другим людям (полужирным шрифтом выделены наибольшие значения, курсивом — наименьшие)

| Показатели                | По всей выборке<br>% | Тип 1<br>%  | Тип 2<br>%  | Тип 3<br>% | Тип 4<br>%  | Тип 5<br>%  |
|---------------------------|----------------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|
|                           | ПОЛ                  |             |             |            |             |             |
| Мужчины                   | 38,8                 | 38,2        | <b>51,1</b> | 35,7       | <b>45,0</b> | 34,0        |
| Женщины                   | 61,2                 | 61,8        | 48,9        | 64,2       | 55,0        | <b>66,0</b> |
|                           | ВОЗРАСТ              |             |             |            |             |             |
| 17-20 лет                 | 21,0                 | 12,0        | 25,8        | 20,3       | <b>51,6</b> | 16,2        |
| 21-30 лет                 | 54,7                 | <b>59,0</b> | 53,0        | 55,6       | 40,0        | 54,3        |
| 31-40 лет                 | 14,3                 | <b>17,8</b> | 15,0        | 12,3       | 5,2         | <b>16,2</b> |
| 41-50 лет                 | 7,8                  | 8,0         | 6,0         | 7,7        | 3,2         | <b>10,8</b> |
| старше 51 г.              | 2,2                  | 1,2         | -           | <b>4,1</b> | -           | 2,3         |
|                           | ОБРАЗОВАНИЕ          |             |             |            |             |             |
| Среднее                   | 23,7                 | 17,4        | 18,7        | 22,5       | <b>56,0</b> | 21,3        |
| Незак. Высшее             | 52,4                 | 53,0        | 56,3        | 52,2       | 36,0        | 57,3        |
| Высшее                    | 23,9                 | 29,6        | 25,0        | 25,3       | 6,0         | 22,4        |
|                           | ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ     |             |             |            |             |             |
| Студенты                  | 36,5                 | 34,5        | 13,0        | 32,0       | <b>89,5</b> | 33,0        |
| Рядовые наемные работники | 20,5                 | 16,0        | <b>44,0</b> | 22,3       | 1,7         | 15,0        |
| Менеджеры                 | 31,9                 | 34,0        | <b>37,0</b> | 33,9       | 7,1         | 34,0        |
| Предприниматели           | 11,1                 | <b>15,5</b> | 5,0         | 10,9       | 1,7         | <b>16,0</b> |

**Характеристика типа 1 доверия/недоверия личности другим людям.** Тип «Понимающий людей», слабо дифференцирующий свое отношение к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал, уверенный в своей способности прогнозировать поведение последнего, считая его довольно предсказуемым. Его представителями являются в равной степени мужчины и женщины, несколько чаще он встречается у людей от 21 до 40 лет, с более высоким образовательным уровнем. В группах предпринимателей и менеджеров он встречается несколько чаще, чем в группе рядовых наемных работников (таблица 16). Аналогичный тип выделялся ранее в наших исследованиях. Как показал анализ личностных особенностей, его представитель сохраняет веру в добрую природу человека, считает, что большинство людей склонны к сотрудничеству и взаимопомощи, и не утрачивает надежды на то, что он сможет предсказывать поведение, получать поддержку и иметь общие принципы, цели и мировоззрение с человеком, который однажды не оправдал его доверия. Важная особенность людей подобного типа — высокие уровни субъективного контроля и терпимости к людям.

Можно предположить, что этот тип, являющийся одним из наиболее многочисленных (24,3% выборки), не является однородным по своему отношению к другим людям и что за численно близкими показателями могут скрываться принципиально различные психологические закономерности. Для проверки этого предположения была проведена кластеризация его представителей и определены социально-демографические характеристики выделенных трех подтипов (рисунок 2). Первый из полученных подтипов (подтип 1.1) характеризуется более низкими показателями Расчета в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и одновременно более высокими показателями по той же шкале в отношениях с человеком, который доверия не оправдал. Основным критерием доверия/недоверия для этого типа является Надежность партнера.

Интересно выяснить, для каких социально-демографических групп характерна подобная нерасчетливость с близкими людьми и осторожность в отношениях с человеком, который доверие не оправдал. Анализ показал, что несколько чаще по сравнению с двумя другими подтипами представителями типа 1.1 являются мужчины-предприниматели различного образовательного уровня. Данный подтип может быть условно назван «Понимающий людей, расчетливый в недоверии».

Подтип 2 типа 1 (подтип 1.2), более характерный для женщин-менеджеров в возрасте 21—30 лет, отличается меньшей дифференци-



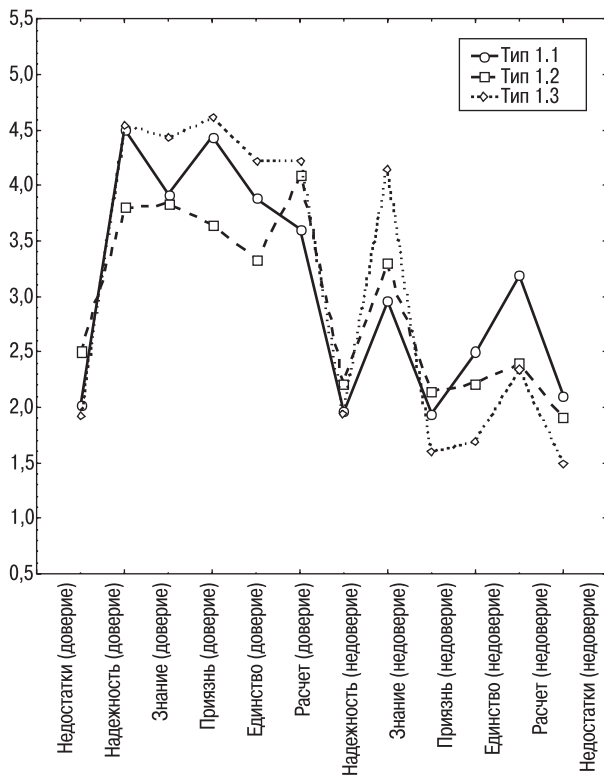


Рис. 2. Подтипы типа 1 доверия/недоверия личности другим людям

цией сравниваемых категорий людей и некоторой амбивалентностью оценок человека, которому доверяют больше всего. Об этом свидетельствуют довольно высокие оценки по шкале Недостатки и невысокие оценки по остальным шкалам. Можно также сказать, что наиболее значимым критерием доверия у этого подтипа является Расчет. Условное название, которое может быть дано этому подтипу «Понимающий людей, расчетливый в доверии».

Подтип 3 типа 1 (подтип 1.3) отличается самыми высокими оценками Знания человека, который доверия не оправдал, и высокой дифференциацией людей по шкалам Приязнь и Единство (рисунок 2). Такими «знатоками людей» чаще других являются женщины в возрасте 21–30 лет с незаконченным высшим образованием. Вполне вероятно, что высокие оценки по шкале Знание могут обуславливаться специ-

фикой выборки — в данной группе было много студенток-психологов. Условное название подтипа «Понимающий людей, уверенный в себе». Его личностными особенностями является сочетание выраженной доминантности (E) и в то же время дипломатичности (N).

**Характеристика типа 2 доверия/недоверия личности другим людям.** Тип «Сильно дифференцирующий людей» (13,9% респондентов) отличается максимальной степенью дифференциации отношений к человеку, которому доверяет больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал, по всем сопоставимым шкалам. Среди представителей этого типа преобладают мужчины в возрасте до 40 лет, являющиеся рядовыми наемными работниками или менеджерами (таблица 16). По сравнению с другими типами — несколько больше процент людей с высшим образованием и мал процент студентов.

Среди его представителей мы выделили 5 подтипов (рисунок 3). Особо интересными являются их следующие особенности. Подтип 2.1 более позитивно оценивает отношения с человеком, который доверия не оправдал, и несколько выше, чем большинство других — недостатки человека, которому доверяет больше всего. У него выше, чем у многих других подтипов, Знание обеих категорий людей, поэтому ему дано условное название «Сильно дифференцирующий, знающий людей».

Подтип 2.2 характеризуется наиболее позитивным отношением к человеку, которому доверяет больше всего, и соответственно наибольшей дифференциацией отношения к двум оцениваемым категориям людей. Кроме того, у него самые высокие оценки Недостатков человека, который доверия не оправдал (рисунок 3). Хотя тип 2 в целом может быть назван «мужским», этот подтип чаще встречается у женщин в возрасте 21—30 лет различных видов деятельности. Подтип 2.2 по своим показателям доверия/недоверия наиболее соответствует описанному нами ранее типу доверия «Максималист», поэтому получил название «Сильно дифференцирующий людей, максималист» [11, 12]. Для него характерны следующие психологические особенности. Представитель этого типа не верит в способность других людей к сотрудничеству, взаимопомощи и принятию ответственности. Он склонен резко дифференцировать свое окружение по степени доверия. «Максималисты» обладают низким уровнем субъективного контроля, т.е. считают, что большинство событий и их собственных поступков являются результатом случая или действий других людей. Тип практически не встречается у терпимых людей и определяется такими свойствами личности, как напряженность, высокая мотивация

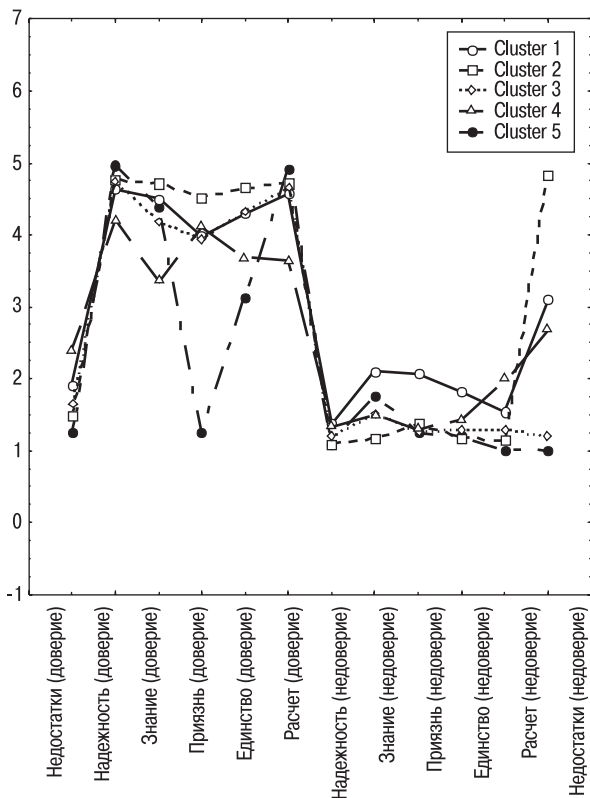


Рис. 3. Подтипы типа 2 доверия/недоверия личности другим людям

и состояние фрустрации (Q4), а также выраженная доминантность (E) и в то же время дипломатичность (N).

Подтип 2.3 занимает промежуточное положение среди остальных и наиболее характерен для работающих мужчин (менеджеров, предпринимателей, рядовых наемных работников). Его особенностью являются низкие оценки Недостатков человека, который доверия не оправдал.

Подтип 2.4 отличается наиболее низкими оценками человека, которому он доверяет больше всего, и довольно высокими оценками Недостатков этого человека. Все это несколько снижает высокую степень дифференциации отношений к двум категориям людей, характерную для типа 2 в целом. Среди других подтипов у него наиболее

низкие оценки Знания человека, которому доверяет больше всего, потому подтип 2.4 получил название «Сильно дифференцирующий людей, осторожный». Интересно, что среди представителей подтипа 2.4 нет студентов.

Подтип 2.5 демонстрирует неожиданно крайне низкие оценки Приязни по отношению к человеку, которому доверяет больше всего, и невысокие оценки Единства с ним. Наиболее значимые основания доверия — Расчет и Надежность. Условно он может быть назван «Сильно дифференцирующий людей, доверяющий по надежности и расчету». Можно предположить, что данный тип доверия по расчету и надежности к неприятному и неблизкому человеку характерен для доверия в деловых отношениях. Он может быть также характерен для других видов «вынужденного» доверия, когда партнера по совместной деятельности не выбирают, но взаимная выгода и опыт общения позволяют полагаться на него в высокой степени. Несмотря на то, что такое отношение встречается всего лишь у 1,1% выборки, оно заслуживает более детального анализа в дальнейшем, поскольку у данного типа доверия могут быть особые механизмы формирования система детерминант.

**Характеристика типа 3 доверия/недоверия другим людям.** Для самого многочисленного (33,8% выборки) типа «Доверяющего на основании надежности и приязни» характерно противоречивое отношение к своей способности прогнозировать поведение партнера, не оправдавшего доверие. В то же время отношения доверия являются позитивными и непротиворечивыми. Наиболее значимые критерии доверия/недоверия для этого типа — Надежность и Приязнь. У данного типа нет выраженных социально-демографических особенностей. Лишь несколько выше, чем в целом по выборке, процент людей старше 51 года.

Кластеризация представителей типа 3 показала, что первый из выделенных подтипов отличается наибольшими оценками как своей способности предсказывать поведение человека, который доверия не оправдал, так и высокими оценками его недостатков (рисунок 4). Он получил условное название «Доверяющий по надежности и приязни, уверенный в себе». Этот подтип наиболее характерен для молодых (21–30 лет) женщин. Ранее мы уже отмечали такую особенность этой группы и предположили, что, помимо других причин, она может объясняться профессиональной направленностью студенческой части выборки — в ней довольно много психологов. Личностными детерминантами такого отно-

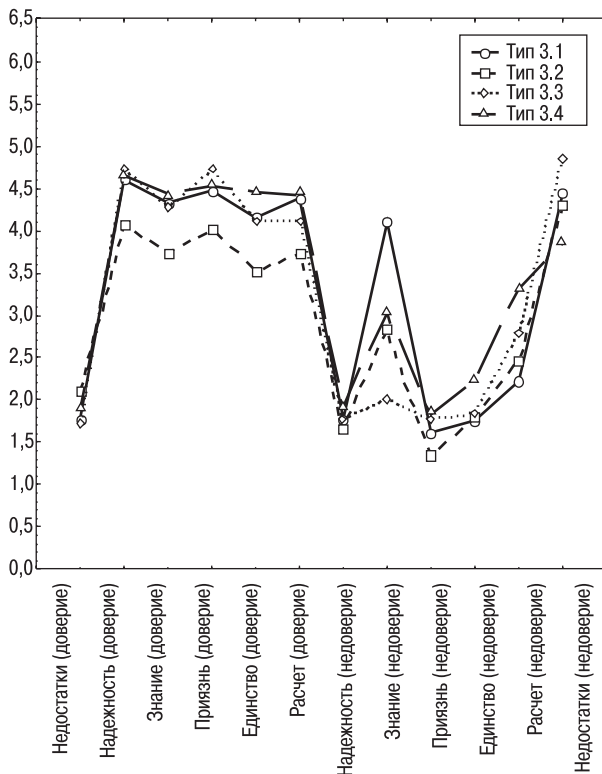


Рис. 4. Подтипы Типа 3 доверия/недоверия личности другим людям

шения выступают сочетание выраженной доминантности (E) и в то же время дипломатичности (N).

Три остальных подтипа мало различаются между собой, и эти отличия в основном те же, что и внутри других типов (рисунок 4). Т.е. в целом несколько ниже или выше показатели отношения к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, которому доверия не оправдал. Так, подтип 3.2 отличается более низкими оценками обеих категорий людей, а подтип 3.3, напротив, несколько сильнее дифференцирует обе категории, оценивая при этом низко свое Знание человека, который доверия не оправдал, и высоко негативно — его Недостатки. Подтип 3.4 немного позитивнее других оценивает отношение к человеку, который доверия не оправдал (рисунок 4). Среди его представителей несколько чаще встречаются студенты 1-х курсов, но также менеджеры и предприниматели.

В остальном подтипы типа 3 мало различаются между собой и представляют довольно «монолитную» группу. Интересным и важным нам кажется то факт, что самый многочисленный тип 3 оказался столь разнородным по социально-демографическим признакам и сходным по показателям доверия/недоверия своих представителей. Это позволяет нам *тип доверия «Доверяющий на основании надежности и приязни» считать наиболее распространенным в современном российском обществе.*

**Характеристика типа 4 доверия/недоверия личности другим людям.** Тип «Амбивалентно и эмоционально доверяющий» (8,2% респондентов) характеризуется сочетанием высоких оценок Недостатков человека, которому доверяют больше всего, и высоких оценок Знания, Приязни, Единства, Расчета в отношениях с ним. Оценки Надежности этого человека — наиболее низки среди всех типов. Самые значимые критерии доверия/недоверия — Приязнь и Единство. По сравнению со всей выборкой среди представителей самого малочисленного типа 4 — несколько больше мужчин и подавляющее большинство студентов 1-х курсов в возрасте 17–20 лет. Ранее нами выделялся сходный тип, который получил название «Эмоционально доверяющий» [11, 12]. Представители этого типа могут считать недостойным своего доверия человека надежного, от которого получают помощь в трудной ситуации. В то же время готовы доверять тому, чье поведение не могут предсказывать и от кого не получают поддержки. В сочетании с низким уровнем «веры в людей» это позволяет говорить об эмоциональном типе доверия/недоверия, при котором уровень доверия регулируется не рациональной оценкой опыта взаимодействия, а уровнем приязни, любви и слепой веры. Т.е. доверие у представителей этого типа подменяется другим близким феноменом — верой.

Эти люди часто сочетают в себе открытость, добросердечие, общительность (А), эмоциональную устойчивость (С), активность в социальных контактах (Н), развитую склонность к эмпатии (I), но в то же время ранимость, впечатлительность (О). Они большее количество людей из социального окружения относят к близким кругам психологической дистанции. Закономерным представляется тот факт, что амбивалентно и эмоционально доверяющий тип преобладает у молодежи. Можно также предположить, что данный тип доверия характерен для дружеских отношений со сверстниками и вообще для таких отношений, которые характеризуются относительно невысоким риском потерь в случае обмана доверия. Невысокий риск позволяет

доверять на основании приязни и единства человеку, имеющему серьезные слабости и недостатки. На сегодняшний день у нас нет более полных данных об особенностях амбивалентного типа доверия, поэтому их выявление является интересной задачей будущих исследований. Ввиду малочисленности представителей типа 4 в нашей выборке мы не проводили выделения его подтипов, что также может быть реализовано в дальнейшем. Особый интерес для изучения в этой связи представляют различные группы молодежи.

**Характеристика типа 5 доверия/недоверия личности другим людям.** Тип «Недифференцирующий людей» (19,8% респондентов) отличается самой слабой дифференциацией оцениваемых категорий людей. Кроме того, для него характерны самые низкие оценки Расчета в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и самые высокие оценки по этой шкале в отношениях с человеком, который доверия не оправдал. Среди его представителей — несколько меньший, чем в целом по выборке, процент мужчин и немного больший — людей старше 30 лет.

Кластеризация представителей типа 5 позволила выделить четыре его подтипа (рисунок 5). Оценки человека, которому доверяют больше всего, и человека, который доверия не оправдал, для подтипа 5.1 находятся практически на одном уровне. Этот подтип может быть условно назван «Недифференцирующий, непонимающий людей», так как практически все оценки находятся на уровне 3–3,5 баллов, а оценки Знания человека, которому доверяет больше всего, самые низкие среди всей выборки — менее 3 баллов. Он несколько чаще встречается у женщин, представляющих разные виды деятельности, в возрасте 21–30 лет. Как было показано выше, близкий тип был получен на выборке школьников 13 лет. У подростков это может служить показателем несформированности отношений с другими людьми, а также индикатором нечеткости представлений об основаниях доверия и недоверия. Подобное же отношение у взрослых людей не может выступать признаком незрелости, скорее это — осознанная позиция по отношению к окружающим людям, показатель второстепенной роли в их жизни доверительных отношений.

Подтип 5.2 наиболее высоко оценивает обе сравниваемые категории людей (рисунок 5). В то же время у него низки оценки Недостатков человека, которому доверяют больше всего, а также довольно высоки оценки Недостатков человека, который доверия не оправдал, и своего Знания этого человека. Эти особенности позволяют назвать данный тип доверия/недоверия «Недифференцирующий, прини-

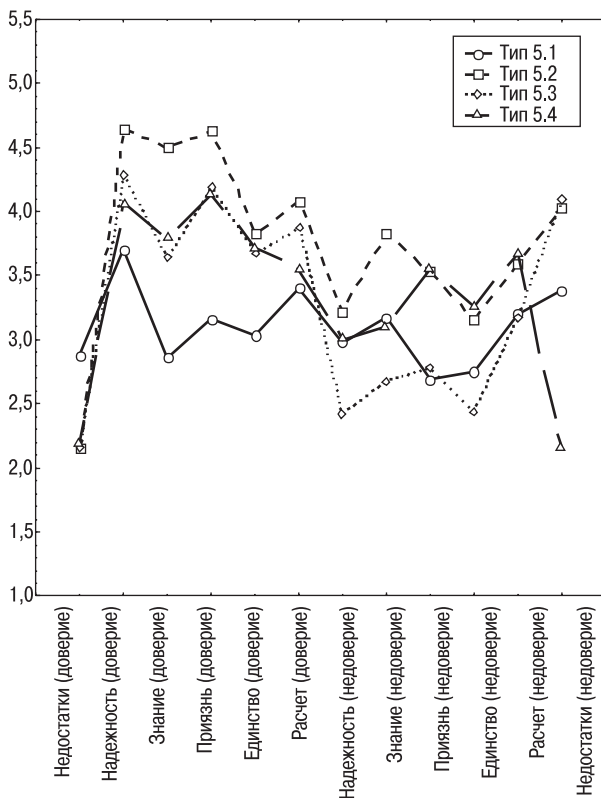


Рис. 5. Подтипы типа 5 доверия/недоверия личности другим людям

мающий людей». Чаще он встречается у женщин с незаконченным высшим образованием. Подтип 5.3 немного ниже, чем другие, оценивает обе категории людей в качестве основного критерия доверия, используя Надежность. У него самые низкие показатели Знания и Единства и высокие показатели Расчета в отношениях с обеими сравниваемыми категориями людей. Этот подтип можно назвать «Недифференцирующий, осторожный». Не удивительно, что он довольно часто встречается у менеджеров и предпринимателей. Однако и в группе студентов — он также наиболее многочисленный.

Подтип 5.4 довольно высоко оценивает обе сравниваемые категории людей, что сближает его с подтипом 5.2 (рисунок 5). Но если типичным представителем последнего является женщина с незаконченным высшим образованием, то в подтипе 5.4 это мужчина



31–40 лет, менеджер или предприниматель с незаконченным высшим образованием. Т.е. оба подтипа можно условно считать «мужской» и «женской» разновидностями одного типа доверия/недоверия «Не дифференцирующий, принимающий людей». Интересной особенностью подтипа 5.4 является наиболее низкий показатель Недостатков человека, который доверия не оправдал, а также довольно высокие показатели Единства и Расчета в отношениях с ним. По-видимому, это определяется спецификой профессиональной деятельности менеджеров и предпринимателей, когда расчет и общие цели позволяют прогнозировать и контролировать поведение человека, обманувшего доверие.

Анализ подтипов типа 5 подтвердил предположение о том, что за сходными показателями могут стоять различные психологические феномены. Действительно, подтип 5.1 «Не дифференцирующий, не понимающий людей» разительно отличается по своему отношению к другим людям от типа «Не дифференцирующий, принимающий людей». Первый демонстрирует отсутствие интереса к другим людям. Возможно, в его жизни другие люди и доверие им не являются высокозначимыми. В отличие от него «Не дифференцирующий, принимающий людей» тип более терпим к недостаткам и слабостям других людей и способен взаимодействовать с ними, даже если они не оправдали его доверие. Он не предъявляет к людям завышенных требований — ни к «своим», ни к «чужим». С этим очень хорошо согласуется высокий уровень субъективного контроля: личность возлагает на себя ответственность за события своей жизни, в том числе и за отношения с другими людьми. Тем не менее, наиболее значимый показатель доверия для этого типа, так же как и для большинства других, — Надежность партнера по взаимодействию.

#### **4.6. Взаимосвязь различных видов доверия и недоверия личности**

---

В настоящее время нет эмпирических данных о соотношении различных видов доверия/недоверия личности. Поэтому чрезвычайно актуальным является анализ взаимосвязей доверия/недоверия личности другим людям с доверием миру и доверием себе, а также о взаимозависимости различных видов доверия другим людям. В настоящем параграфе представлены небольшие исследования, которые позволяют сформулировать некоторые интересные предположения и гипотезы о соотношении этих видов.

**Взаимосвязь доверия/недоверия личности другим людям и доверия к себе.** Исследование было проведено совместно с А.Л. Журавлевым и О.С. Сухомлиновой на выборке из 84 подростков 13 лет. В нем использовалась авторская методика «Доверия/недоверия личности другим людям» (Приложение 8) и модифицированный для школьников «Рефлексивный опросник уровня доверия к себе» Т.П. Скрипкиной (Приложение 9). Этот опросник позволяет оценить уровень доверия к себе в различных сферах жизнедеятельности. Уровень доверия оценивается по 6-балльной шкале, где: 1 балл — «полностью доверяю себе», 6 баллов — «полностью не доверяю себе». Анализ данных показал, что оценки подростками уровня доверия к себе находятся в диапазоне от 1 (высокий уровень доверия — «полностью доверяю себе») до 3 баллов (средний уровень доверия — «доверяю себе частично»). В результате корреляционного анализа были выявлены следующие взаимосвязи разных видов доверия личности (таблица 17). При анализе таблиц 11 и 12 необходимо учитывать, что доверие к себе оценивается по убывающей шкале, в то время как доверие/недоверие другим людям — по возрастающей шкале. Поэтому отрицательные корреляционные связи означают положительную связь между показателями доверия себе и доверия другому.

Низкий уровень доверия к себе снижает оценки человека, которому личность доверяет больше всего. Так, низкое доверие к себе в умении строить взаимоотношения с учениками младших классов и с учителями отрицательно связано с Надежностью, Приязнью и Единством с человеком, которому доверяют больше всего. Кроме того, низкий уровень доверия к себе в умении строить отношения в семье, с родителями и в умении интересно проводить досуг связан с более низкими оценками Знания человека, которому доверяют больше всего. Одновременно высокое доверие к себе в этих сферах жизни понижает оценки по шкале Единства в отношениях с человеком, который доверия не оправдал. Судя по значениям дельт, низкий уровень доверия к себе снижает дифференциацию оценок человека, которому доверяют больше всего, и человека, который доверие не оправдал (таблица 17).

Полученные данные позволяют заключить, что подростки с высоким уровнем доверия к себе способны к более тесным дружеским и близким отношениям, построенным на основании надежности и единства. Не случайно исследователи отмечают, что подросткам свойственно болезненное самолюбие и в то же время уверенность в себе, вера в свои возможности, надежда добиться счастья. Важной частью происходящего в юности процесса созревания является ослабление эмоциональной связи ребенка с родителями [23].

**Таблица 17.** Корреляции между показателями доверия личности к себе и другим людям у подростков 13 лет (N 84; полужирным шрифтом выделены значимые коэффициенты)\*

| Показатели доверия личности себе                             | Показатели доверия другим людям |              |              |              |          |               |           |             |             |           |              |              |              |              |        |
|--|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|----------|---------------|-----------|-------------|-------------|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------|
|  | Надежность Д                    | Знание Д     | Приязнь Д    | Единство Д   | Расчет Д | Надежность НД | Знание НД | Приязнь НД  | Единство НД | Расчет НД | Надежность   | Знание       | Приязнь      | Единство     | Расчет |
| В учебной деятельности                                       | 0,02                            | -0,11        | -0,17        | -0,05        | -0,04    | -0,15         | 0,05      | 0,03        | 0,15        | -0,01     | 0,12         | -0,10        | -0,13        | -0,12        | -0,02  |
| В интеллектуальной деятельности                              | 0,06                            | -0,14        | -0,17        | -0,05        | -0,06    | 0,16          | -0,00     | <b>0,24</b> | 0,16        | 0,01      | -0,08        | -0,08        | <b>-0,27</b> | -0,13        | -0,05  |
| В решении бытовых проблем                                    | -0,13                           | -0,06        | -0,07        | -0,05        | -0,00    | 0,11          | 0,05      | 0,03        | -0,06       | 0,03      | -0,15        | -0,08        | -0,07        | 0,00         | -0,02  |
| В умении строить взаимоотношения с друзьями                  | -0,10                           | 0,02         | -0,02        | 0,07         | 0,06     | -0,07         | 0,05      | -0,09       | 0,01        | -0,03     | -0,00        | -0,03        | 0,05         | 0,04         | 0,06   |
| В умении строить взаимоотношения с учениками младших классов | <b>-0,24</b>                    | -0,21        | <b>-0,38</b> | <b>-0,24</b> | -0,16    | 0,18          | 0,16      | -0,06       | 0,09        | -0,07     | <b>-0,27</b> | <b>-0,24</b> | -0,20        | -0,20        | -0,08  |
| В умении строить взаимоотношения с учителями                 | <b>-0,24</b>                    | -0,12        | <b>-0,29</b> | <b>-0,24</b> | -0,18    | 0,21          | -0,11     | 0,09        | <b>0,33</b> | -0,12     | <b>-0,29</b> | 0,01         | <b>-0,25</b> | <b>-0,35</b> | -0,06  |
| В умении строить взаимоотношения в семье                     | -0,04                           | <b>-0,26</b> | -0,18        | -0,19        | -0,02    | <b>0,26</b>   | 0,12      | -0,01       | <b>0,33</b> | 0,10      | <b>-0,21</b> | <b>-0,23</b> | -0,11        | <b>-0,31</b> | -0,08  |

\* Отрицательные корреляционные связи означают положительную связь между уровнями доверия себе и доверия другому.

Исследователи также отмечают неравномерность и диспропорции в физическом, психическом и социально-психологическом формировании личности в этот период. Определенная физиологическая и психическая дисгармония пубертатного периода в отличие от относительного равновесия, существующего в детском возрасте, проявляется в специфических для подросткового и юношеского возраста личностных особенностях. Поэтому можно ожидать, что в группе подростков будут выявлены весьма различные личностные типы доверия. Для проверки этого предположения при помощи кластерного анализа по методу К-средних была построена типология доверия/недоверия другим людям и проведено сопоставление этих типов по показателям доверия личности к себе (рисунок 6, таблица 18).

Среди выделенных типов особого внимания заслуживает один, описанный нами выше тип, для которого характерны наименее высо-

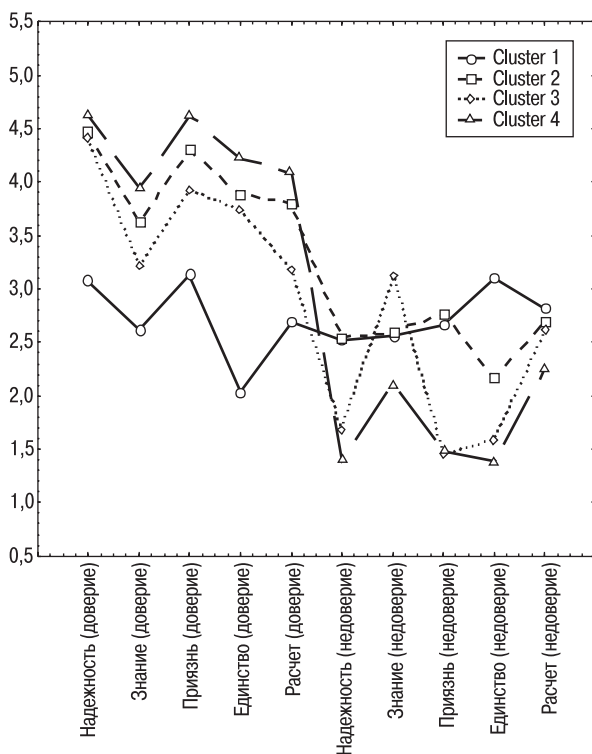


Рис. 6. Типы доверия/недоверия другим людям у подростков 13 лет

кие оценки и наименьшая дифференциация показателей отношения к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал. При этом для подростков этого типа характерны более высокие оценки Единства, Расчета и Знания человека, который доверия не оправдал по сравнению с оценками человека, которому доверяют больше всего. По этим шкалам дельты имеют отрицательное или практически нулевое значение. Дифференцирующими признаками доверия/недоверия являются Надежность и Приязнь, но и здесь разница совсем невелика (рисунок 6, кластер 1). Анализ доверия к себе представителем этого типа показывает, что его уровень ниже, чем у остальных типов (более 2 баллов). Особенно слабо выражено доверие к себе в учебной и интеллектуальной деятельности, в умении строить взаимоотношения в семье, а также с учителями, учениками младших классов и маленькими детьми и в умении интересно провести досуг (таблица 18).

Тип 2 (рисунок 6), выделенный на выборке подростков, отличается позитивным отношением как к человеку, которому доверяют больше всего, так и к человеку, который доверия не оправдал. Для него характерен наиболее высокий уровень доверия к себе в учебной деятельности и в умении строить отношения с друзьями и учителями. В то же время у представителей типа 2 самый низкий уровень доверия к себе в решении бытовых проблем. Можно предположить, что этот тип доверия характерен для уверенных и социально компетентных подростков, а также он, вероятно, более характерен для мальчиков.

Тип 3 у подростков отличается наиболее низкими показателями по шкале Знания человека, которому доверяют больше всего, и наиболее высокими показателями Знания человека, который доверия не оправдал. Дельта по этой шкале близка к нулю. Показатели доверия к себе у этого типа занимают среднее положение по сравнению с остальными, однако у него несколько ниже, чем у других типов, доверие к себе в умении строить взаимоотношения с родителями.

Тип 4 доверия другим людям у подростков характеризуется наибольшей дифференциацией отношений к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал. По-видимому, эта группа отличается максимализмом отношений и оценок. Для нее характерны наибольшие уровни доверия к себе (оценки менее 2 баллов). Можно предположить, что излишняя самоуверенность и безапелляционность суждений относительно других людей способны осложнить отношения таких подростков с окружающими.

**Таблица 18.** Особенности доверия к себе у различных типов доверия личности другим людям (на выборке подростков 13 лет, N 84; полужирным шрифтом выделены наибольшие значения, курсивом — наименьшие)

| Показатели доверия личности себе<br>(1 балл — «Полностью доверяю себе»,<br>6 баллов — «Полностью не доверяю себе») | Типы доверия другим людям |                  |                  |                  | Значимые или близкие<br>к значимым различия |
|--|---------------------------|------------------|------------------|------------------|---|
|  | Тип 1<br>Среднее          | Тип 2<br>Среднее | Тип 3<br>Среднее | Тип 4<br>Среднее |   |
| В учебной деятельности   | <b>2,08</b>               | 1,69             | 2,00             | 1,82             | Между типами 1 и 2; $p=0,16$                |
| В интеллектуальной деятельности  | <b>2,08</b>               | 1,83             | 1,86             | 1,41             | Между типами 1–3 и 4; $p<0,05$              |
| В решении бытовых проблем  | 2,17                      | <b>2,34</b>      | 2,19             | 1,50             | Между типами 1–3 и 4; $p<0,05$              |
| В умении строить взаимоотношения с друзьями  | 1,42                      | 1,24             | 1,52             | 1,45             | Между типами 2 и 3; $p=0,12$                |
| В умении строить взаимоотношения с учениками младших классов   | <b>2,67</b>               | 1,90             | 2,48             | 1,91             | Между типами 1 и 2; $p<0,09$                |
| В умении строить взаимоотношения с учителями   | <b>2,67</b>               | 1,69             | 1,86             | 1,86             | Между типами 1 и 2–4; $p<0,10$              |
| В умении строить взаимоотношения в семье   | <b>2,00</b>               | 1,48             | 1,33             | 1,32             | Между типами 1 и 3,4; $p<0,09$              |
| В умении строить взаимоотношения с маленькими детьми   | <b>2,75</b>               | 1,86             | 2,05             | 1,73             | Между типами 1 и 2,4; $p<0,06$              |
| В умении строить взаимоотношения с родителями  | 1,50                      | 1,45             | <b>1,62</b>      | 1,27             | –   |
| В умении нравиться представителям противоположного пола  | 1,75                      | 1,72             | 1,90             | 1,64             | –   |
| В умении интересно провести досуг  | <b>2,17</b>               | 1,62             | 1,90             | 1,45             | Между типами 1 и 4; $p<0,06$                |

Таким образом, доверие подростков к себе тесно взаимосвязано с доверием/недоверием личности другим людям. Наиболее интересным фактом является тот, что для недоверяющих себе подростков характерна несформированность отношений доверия и недоверия с другими людьми, а также нечеткость критериев доверия/недоверия.

**Взаимосвязь доверия личности другим людям и «Веры в людей»** В исследовании принимали участие 75 респондентов 17–45 лет, мужчин и женщин по 50%. Использовались следующие методики:

1) Авторская методика изучения доверия/недоверия личности другим людям (Приложение 8);

2) Методика «Веры в людей» М Розенберга, которая оценивает общее доверие к людям и человеческому сообществу. Индикаторами «веры в людей» являются представления личности о том, что человек по своей природе склонен к сотрудничеству, что большинству людей можно доверять и т.д. (Приложение 5).

3) Методика оценки уровня субъективного контроля личности (Дж. Роттер).

Анализ показал, что, хотя существуют некоторые взаимосвязи между доверием/недоверием другим людям и «Верой в людей», их величина не достигает уровня значимости (таблица 19). Некоторая взаимосвязь существует между доверием на основании знания человеку, которому доверяют больше всего, — чем выше этот показатель, тем ниже «Вера в людей». Кроме того, «Вера в людей» положительно связана с Надежностью человека, который доверия не оправдал. Анализ также показал, что и доверие другим людям и «Вера в людей» связаны с интернальностью личности. Коэффициент корреляции между показателем «Веры в людей» и общим уровнем интернальности личности равен 0,17.

Характер взаимосвязей позволил предположить, что взаимозависимость «Веры в людей» и доверия/недоверия другим людям может носить более сложный характер, нежели линейный, который выявляется при помощи корреляционного анализа. Кластерный анализ по методу К-средних позволил их обнаружить. В результате выделения типов доверия личности было установлено, что тип «Сильно дифференцирующий людей, максималист» имеет *самые низкие показатели «Веры в людей»*. Этот описанный выше тип характеризуется высокой дифференциацией отношения к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал. Кроме того, для представителей данного типа характерны самые низкие показатели уровня субъективного контроля.



**Таблица 19.** Корреляционные взаимосвязи между показателями доверия личности другим людям и «Веры в людей» (N 75)

| Показатели доверия/недоверия другим людям | Показатель «Веры в людей» |
|---|---------------------------|
| Надежность Д                              | 0,09                      |
| Знание Д                                  | -0,13                     |
| Приязнь Д                                 | -0,01                     |
| Единство Д                                | -0,01                     |
| Расчет Д                                  | -0,04                     |
| Надежность НД                             | 0,12                      |
| Знание НД                                 | <0,01                     |
| Приязнь НД                                | -0,03                     |
| Единство НД                               | 0,02                      |
| Расчет НД                                 | 0,06                      |
| Δ Надежности                              | 0,01                      |
| Δ Знания                                  | -0,10                     |
| Δ Приязни                                 | 0,02                      |
| Δ Единства                                | -0,02                     |
| Δ Расчета                                 | -0,07                     |

В свою очередь для представителей типа «Понимающий людей» характерен *самый высокий уровень «Веры в людей»* и высокие показатели УСК. Эти зависимости хорошо согласуются с особенностями данного типа. Напомним, что тип «Понимающий людей» слабо дифференцирует свое отношение к человеку, которому доверяет больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал. Он также уверен в своей способности прогнозировать поведение последнего, считая его довольно предсказуемым.

Таким образом, можно сказать, что «Вера в людей» оказывает определенное влияние на отношение личности с конкретными людьми ее социально-психологического пространства. Это влияние главным образом прослеживается в степени дифференциации отношений к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал.

**Взаимосвязь доверия/недоверия миру, себе, другим людям.**

В настоящее время существует традиция исследования различных видов доверия личности (миру, себе, другим людям) как относительно самостоятельных, независимых феноменов. Однако, как показывают приведенные выше исследования, они не являются таковыми. Теоретическим основанием предлагаемого подхода являются представления о неразрывной интегративной связи человека, окружающих людей и мира в целом. Начало такому осмыслению категории «мир» положил С.Л. Рубинштейн: «Мир — это общающаяся друг с другом совокупность людей и вещей, точнее, вещей и явлений, соотносенных с людьми» [18, с. 289]. Как видно из цитаты, при взаимодействии человека с миром важен параметр значимости для личности окружающих объектов. В работе «Человек и мир» С.Л. Рубинштейн впервые высказывает мысль о взаимопроникновении человека в мир и мира в человека. На основании этих представлений Т.П. Скрипкина определяет **доверие к миру** «как специфический субъективный феномен, сущность которого состоит в специфическом отношении субъекта к различным объектам или фрагментам мира, заключающимся в переживании актуальной значимости и априорной безопасности этих объектов или фрагментов мира для человека» [19, с. 84].

Для эмпирического выявления взаимосвязей между доверием личности миру, другим людям и себе был разработан специальный опросник. В качестве основы использовались «Рефлексивный опросник уровня доверия к себе» Т.П. Скрипкиной и методика оценки «Веры в людей» М. Розенберга. Были разработаны дополнительные блоки утверждений, которые, по нашему мнению, направлены на оценку доверия личности миру, себе, другим людям в различных аспектах жизнедеятельности (умение строить взаимоотношения с окружающим миром и другими людьми как частью окружающего мира; способность личности, других людей и мира в целом к ответственности и справедливости; склонность к сотрудничеству и взаимопомощи; умение личности давать оценки и делать прогнозы; ее представления об опасности/безопасности окружающего мира). В частности, в качестве основных критериев доверия человека к миру выступали его субъективная значимость и безопасность мира для человека. В результате был создан опросник, состоящий из 19 утверждений. Респондентам было предложено оценить степень своего согласия с каждым из них по 5-балльной шкале, где «верно» — 5 баллов, «неверно» — 1 балл. В перечне утверждений присутствовали вопросы, соответствующие проявлению недоверия личности, которые оценивались соответствующим образом. В результате факторного анализа по методу главных

компонент с нормализованным «varimax»-вращением была получена упорядоченная матрица, явившаяся основанием для содержательной интерпретации факторов (таблица 20).

Полученная структура включала пять факторов доверия/недоверия себе, миру, другим людям:

**Фактор 1** (объясняемая дисперсия — 16,58%) — получены наибольшие факторные нагрузки у следующих переменных: **DS1 (0,76)**, **DS2 (0,55)**, **DS4 (0,75)**, **DS5 (0,69)**, **DM5 (0,58)**. **Наибольшую нагрузку** имеет переменная **DS1 (доверие себе во взаимоотношениях с близкими людьми)**. Этот фактор получил название «Доверие личности себе в умении строить взаимоотношения с окружающим миром и другими людьми». Для нового варианта методики были выбраны следующие вопросы, наиболее соответствующие этой шкале.

- Я доверяю себе в умении строить взаимоотношения с близкими людьми;
- Я доверяю себе в умении ориентироваться в критической ситуации;
- Я стараюсь тесно взаимодействовать с окружающим миром.

**Фактор 2** (объясняемая дисперсия — 13,40%) — наибольшие факторные нагрузки выявлены у следующих переменных: **DM2 (-0,67)**, **DL3 (0,68)**, **DM7 (-0,70)**. **Меньшие нагрузки: DL4 (0,48)**. Фактор определяет недоверие людей к миру и к другим людям как к не способным принять ответственность и несправедливым. Он получил условное название «Недоверие личности миру и другим людям как безответственным и несправедливым». В методику включены следующие вопросы по этой шкале.

- Объекты и явления окружающего мира мало меня волнуют;
- Если не уследишь, люди воспользуются твоим преимуществом;
- Никто не намерен брать на себя ответственность за то, что с тобой случится, хотя видят, к чему ты идешь.

**Фактор 3** (объясняемая дисперсия — 10,91%) — наибольшие факторные нагрузки у следующих переменных: **DL2 (-0,67)**, **DL5 (-0,80)**. Фактор оценивает, насколько человек доверяет другим и себе в готовности сотрудничать и оказывать взаимопомощь в проблемных ситуациях. Он был назван «Доверие личности другим людям в умении сотрудничать и оказывать взаимопомощь». В новом варианте методики данная шкала оценивалась по вопросам:

Таблица 20. Факторы доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям

| N  | Обозн. | Высказывание  | Фактор 1     | Фактор 2      | Фактор 3      | Фактор 4     | Фактор 5     |
|----|--------|---|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| 1  | DS1    | Я доверяю себе в умении строить взаимоотношения с близкими людьми                                       | <b>0,768</b> | -0,200        | -0,024        | 0,135        | 0,150        |
| 2  | DM1    | Окружающий мир является для меня источником опасности   | -0,201       | 0,355         | 0,057         | 0,167        | <b>0,690</b> |
| 3  | DL1    | Следует быть очень осторожным, когда имеешь дело с людьми   | -0,327       | 0,334         | 0,084         | 0,061        | <b>0,600</b> |
| 4  | DS2    | Я доверяю себе в умении строить отношения в коллективе  | <b>0,550</b> | 0,401         | 0,233         | 0,297        | -0,074       |
| 5  | DM2    | Объекты и явления окружающего мира мало меня волнуют  | 0,104        | <b>-0,673</b> | 0,075         | -0,079       | -0,138       |
| 6  | DL2    | Большинство людей более склонны помогать другим   | -0,197       | 0,070         | -0,675        | 0,079        | 0,061        |
| 7  | DS3    | Я доверяю себе в умении отличить «хорошее» от «плохого»   | 0,290        | 0,059         | -0,079        | <b>0,821</b> | 0,058        |
| 8  | DM3    | В любой ситуации я сохраняю надежду на благоприятный исход  | 0,102        | -0,168        | -0,284        | -0,001       | <b>0,678</b> |
| 9  | DL3    | Если не уследишь, люди воспользуются твоим преимуществом  | 0,299        | <b>0,682</b>  | -0,144        | -0,032       | 0,066        |
| 10 | DS4    | Я доверяю себе в умении ориентироваться в критической ситуации  | <b>0,757</b> | -0,013        | 0,123         | 0,105        | -0,051       |
|    | DM4    | В этом мире все получают то, что заслужили  | -0,153       | -0,431        | -0,221        | -0,044       | 0,480        |
| 12 | DL4    | Никто не намерен брать на себя ответственность за то, что с тобой случится, хотя видят, к чему ты идешь | -0,022       | 0,482         | 0,031         | -0,032       | -0,044       |
| 13 | DS5    | Я доверяю себе в умении сделать правильный выбор в жизненных ситуациях                                  | <b>0,698</b> | -0,045        | 0,099         | 0,109        | -0,100       |
| 14 | DM5    | Я стараюсь тесно взаимодействовать с окружающим миром   | <b>0,585</b> | 0,308         | -0,208        | -0,327       | -0,181       |
| 15 | DL5    | Человек по своей природе склонен к сотрудничеству   | -0,031       | -0,149        | В             | -0,179       | 0,027        |
| 16 | DS6    | Я доверяю себе в умении прогнозировать поступки других людей.   | -0,020       | -0,123        | 0,247         | <b>0,759</b> | -0,061       |
| 17 | DM6    | Другие люди говорят, что от окружающего мира не приходится ждать ничего хорошего                        | 0,294        | 0,055         | 0,150         | -0,294       | <b>0,530</b> |
| 18 | DS7    | Я доверяю себе в умении признавать свои ошибки  | 0,203        | 0,057         | <b>-0,525</b> | <b>0,616</b> | 0,005        |
| 19 | DM7    | Другие люди слишком подозрительно относятся к происходящему вокруг                                      | 0,120        | <b>-0,702</b> | -0,158        | 0,093        | -0,078       |

- Большинство людей более склонны помогать другим;
- Человек по своей природе склонен к сотрудничеству;
- Я доверяю себе в умении уступить, если необходимо.

**Фактор 4** (объясняемая дисперсия — 9,40%) — наибольшие факторные нагрузки у следующих переменных: **DS3 (0,82), DS6 (0,75), DS7 (0,61)**. Фактор включает переменные, которые оценивают, насколько люди доверяют себе в умении давать оценки, отличать «хорошее» от «плохого», делать прогнозы относительно других людей, окружающего мира, себя. Он получил название «Доверие личности себе в умении давать оценки и делать прогнозы». Шкала включает следующие вопросы:

- Я доверяю себе в умении отличить «хорошее» от «плохого»;
- Я доверяю себе в умении прогнозировать поступки других людей;
- Я доверяю себе в умении признавать свои ошибки.

**Фактор 5** (объясняемая дисперсия — 7,85%) — получены наибольшие факторные нагрузки у следующих переменных: **DM1 (0,69), DL1 (0,60), DM3 (0,67), DM6 (0,53)**. **Меньшие нагрузки:** DM4 (0,48). Фактор описывает переменные, которые характеризуют отношение людей к окружающему миру как опасному и не несущему для личности ничего хорошего или способность людей воспринимать окружающий мир как «дружественный» и, таким образом, доверять ему (миру) и другим людям как части окружающего мира. Фактор, определяющий настороженное и пессимистичное отношение к миру, получил название «Недоверие личности миру и другим людям как опасным объектам». Наиболее соответствующими данной шкале являются вопросы:

- Окружающий мир является для меня источником опасности;
- Следует быть очень осторожным, когда имеешь дело с людьми;
- Другие люди говорят, что от окружающего мира не приходится ждать ничего хорошего.

Для проверки надежности используемого методического приема мы выбрали способ оценки синхронной надежности, позволяющей проверить взаимную согласованность пунктов в опросе с помощью коэффициента Кронбаха, который по всей выборке испытуемых оказался равным  $\alpha = 0,45$  (стандартизированная  $\alpha = 0,48$ ). Таким

образом, каждый фактор объединяет в себе переменные, которые оценивают доверие в разных аспектах взаимодействия личности с миром. В результате анализа были отобраны по 3 вопроса для каждого фактора и включены в итоговый вариант методики. Описанная процедура — начальный этап разработки методики «Доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям». На следующих этапах необходимо, насколько это возможно, уравнивать количество факторов доверия и недоверия, а также дополнить опросник утверждениями, охватывающими и другие аспекты жизнедеятельности личности.

В процессе анализа полученных результатов было частично подтверждено предположение *об относительной независимости трех видов доверия личности* (доверие себе, доверие другому и доверие миру). Так, выделены отдельные факторы доверия личности себе: «Доверие личности себе в умении строить взаимоотношения с окружающим миром и другими людьми» и «Доверие личности себе в умении давать оценки и делать прогнозы». Выделен фактор «Доверие личности другим людям в умении сотрудничать и оказывать взаимопомощь». В то же время в представлениях личности доверие и недоверие миру и другим людям тесно связаны. Были выделены факторы недоверия миру и другим людям: «Недоверие личности миру и другим людям как безответственным и несправедливым», «Недоверие личности миру и другим людям как опасным объектам».

#### **ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 4**

1. В результате теоретического анализа определены основные структурные элементы доверия/недоверия личности другим людям. Рассмотрены существующие в настоящее время методические подходы к исследованию доверия. Разработана методика оценки доверия/недоверия личности другим людям, включающая следующие симметричные шкалы: Надежность, Единство, Знание, Приязнь, Расчет. Показатели по двум последним шкалам позволяют оценить склонность личности к замене доверия верой или расчетом. Для оценки амбивалентности доверия и недоверия также используется шкала «Недостатки» другого человека. Психометрическая проверка подтвердила надежность и валидность предложенной методики.

2. Определены групповые характеристики доверия/недоверия личности другим людям у мужчин и женщин, а также у представителей разных возрастов и видов деятельности. Женщины чаще, чем

мужчины, используют Приязнь в качестве критерия доверия/недоверия и чаще склонны заменять подлинное доверие верой, основанной на эмоциональном принятии другого человека. У женщин выше оценки по шкале Расчету и Недостатки человека, который доверие не оправдал. У мужчин же выше показатели Расчета в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего. Расчет как критерий доверия/недоверия более характерен для мужчин.

Отношения доверия у возрастной категории 17–20 лет характеризуется выраженной амбивалентностью. У представителей этой группы выявлены наибольшие оценки по шкале Недостатки у человека, которому доверяют больше всего. Наименее противоречивы отношения доверия/недоверия у старшей возрастной группы (свыше 51 года). Для этой возрастной категории не характерна амбивалентность доверия/недоверия. Люди в возрасте 41–50 лет смещают приоритеты в доверии в сторону большей Надежности партнера и реалистичности своих ожиданий в отношении его поведения. Для респондентов 17–20 лет более значимыми основаниями доверия/недоверия, по сравнению с другими возрастными группами, являются Знание и Расчет, наименее значимыми — Надежность и Единство. Для возрастной группы старше 50 лет, напротив, Единство выступает наиболее важным критерием доверия/недоверия другому человеку. Результаты, полученные на подростковой группе (13 лет), позволяют предположить, что их отношения доверия/недоверия еще недостаточно сформированы. Особое значение для возникновения доверия в этот период приобретает Надежность другого человека.

Сопоставление оснований доверия/недоверия в группах менеджеров, предпринимателей, рядовых наемных работников и студентов показало, что, по сравнению с менеджерами, у предпринимателей несколько более негативны оценки Недостатков человека, которому доверяют больше всего. Данный показатель еще выше у студентов. Для последних Приязнь выступает наиболее значимым основанием доверия/недоверия, а Расчет и Знание — наименее значимыми. Кроме того, отношения доверия/недоверия у студентов нередко бывают амбивалентными. Рядовые наемные работники более требовательны к другим людям при построении доверительных отношений. Наиболее значимыми основаниями доверия/недоверия у представителей этой группы являются Надежность, Единство и Расчет.

**3. Выявлены некоторые личностные детерминанты доверия/недоверия другим людям.** Установлена взаимосвязь доверия/недоверия личности и ценностных ориентаций. Для людей с выраженной ори-

ентацией на счастливую семейную жизнь характерно эмоционально заряженное и амбивалентное отношение к близким людям. У такой личности сильная любовь к ним сочетается с высокой требовательностью. Высокая ценность познания, продуктивной жизни и развития характерна для личности, негативно оценивающей недостатки человека, которому доверяют больше всего, и низко — свое знание этой категории людей, но одновременно более позитивно относящейся к человеку, который доверия не оправдал.

Выявлены особенности доверия/недоверия личности другим людям у представителей разных типов гендерной идентичности. В частности, андрогины характеризуются наибольшими различиями в отношении к сравниваемым категориям людей. Общительность личности имеет положительные корреляционные связи, главным образом с отношением к человеку, который доверия не оправдал.

Негативизм личности так же, как и самооценка подозрительности, являются такими свойствами, выраженность которых обуславливает высокую дифференциацию социального окружения по показателям доверия/недоверия. Ориентация личности на повышение собственной авторитарности, эгоистичности, агрессивности, подозрительности, подчиняемости, а также дружелюбия и альтруистичности оказывает негативное влияние на Прязнь в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и на Знание человека, который доверия не оправдал. В то же время высокие оценки авторитарности, зависимости и дружелюбия «Я-идеального» позитивно связаны с Единством в отношениях с человеком, который доверия не оправдал.

4. Определены факторы доверия/недоверия личности другим людям. В частности, выделен фактор, определяющий доверие близким людям и высокую дифференциацию социального окружения по степени доверия/недоверия. Подобные особенности сочетаются с напряженностью, высокой мотивацией и состоянием фрустрации личности. Выявлен также фактор доверия «чужим», который определяет позитивное отношение к человеку, не оправдавшему доверие. Выраженность данного фактора характерна для личности, которая сочетает в себе открытость, добросердечность, общительность, эмоциональную устойчивость, активность в социальных контактах, развитую склонность к эмпатии и в то же время ранимость и впечатлительность. Такая личность большее число людей относит к близким кругам психологической дистанции.

5. Построена эмпирическая типология доверия/недоверия личности другим людям, которая может служить основой для диагностики индивидуально-психологических особенностей в отношениях



к двум категориям людей — человеку, которому доверяют больше всего, и человеку, который доверия не оправдал. Выделены следующие психологические типы: «Понимающий людей», «Сильно дифференцирующий людей», «Доверяющий на основании надежности и приязни», «Амбивалентно доверяющий» и «Не дифференцирующий людей». Определены основные психологические и социально-демографические характеристики представителей пяти основных выделенных типов и наиболее интересных их подтипов. В частности, в результате анализа подтипов «Не дифференцирующий, не понимающий людей» и «Не дифференцирующий, принимающий людей» установлено, что за сходными показателями стоят различные психологические закономерности. Так, отношение к другим людям у представителей первого подтипа характеризуется отсутствием интереса к ним и неопределенностью оснований доверия/недоверия. В отличие от него, «Не дифференцирующий, принимающий людей» подтип описывается терпимостью к недостаткам и слабостям других людей и способностью взаимодействовать с ними, даже если они не оправдали его доверия.

6. В результате специального анализа выявлены взаимосвязи различных видов доверия/недоверия личности другим людям, себе и миру. Так, установлено, что доверие подростков себе тесно взаимосвязано с доверием/недоверием личности другим людям. Наиболее интересным фактом является тот, что для не доверяющих себе подростков характерна несформированность отношений доверия и недоверия с другими людьми, а также нечеткость критериев доверия/недоверия. Показано также, что общее доверие людям — «Вера в людей» — оказывает влияние на отношение личности к конкретным людям из ее социально-психологического пространства. Это влияние главным образом прослеживается в степени дифференциации отношений к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал.

Частично подтверждено предположение об относительной независимости трех видов доверия/недоверия личности — себе, миру, другому человеку. В результате анализа выделены отдельные факторы доверия личности себе и другим людям. В то же время в социальных представлениях личности доверие/недоверие миру и другим людям тесно связаны. В частности, получены следующие факторы недоверия: «Недоверие личности миру и другим людям как безответственным и несправедливым», «Недоверие личности миру и другим людям как опасным объектам».

\*\*\*

Проведенное исследование позволило обосновать авторскую теоретическую модель структуры доверия/недоверия личности другим людям. Разработанная на ее основе методика позволяет количественно оценить групповые и индивидуальные характеристики этих феноменов. Наиболее важным результатом эмпирических исследований с использованием разработанной методики является выявление различных оснований доверия/недоверия у представителей разных социальных групп и построение психологической типологии доверия. Кроме того, разработанный методический инструментарий может быть использован для диагностики структуры доверия в группах разного размера, например, в организациях, а также для изучения взаимосвязи доверия и групповых феноменов. Анализу этих проблем ниже посвящены соответствующие главы монографии.

#### Литература к главе 4

1. Ананьев Б.Г. Психология чувственного познания. М., 1969.
2. Андреева Г.М. К проблематике психологии социального познания // Мир психологии. 1999. № 3. С. 15–23.
3. Андреева Г.М. Психология социального познания. 2-е изд. М.: Аспект Пресс, 2000. 288 с.
4. Антоненко И.В. Доверие: социально-психологический феномен. М.: Социум; ГУУ, 2004. 320 с.
5. Бубнова С.С. Ценностные ориентации личности как многомерная нелинейная система // Психологический журнал. 1999. Т. 20. № 5. С. 38–44.
6. Громова О.А. Социально-психологические критерии типологии потребительских групп: Дис... канд. психол. наук. М., 2001.
7. Журавлев А.Л., Сумарокова В.А. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные особенности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 258–272.
8. Журавлева Л.А. Связь общительности личности и доверия к людям: Дис... канд. психол. наук. М., 2004.
9. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. 335 с.
10. Купрейченко А.Б. Некоторые методические подходы к исследованию отношения личности к соблюдению нравственных норм // Современная психология: состояния и перспективы. Ч.2. Общая и социальная

- психология, психология личности и психофизиология, экономическая, организационная и политическая психология: Материалы юбилейной научной конференции ИП РАН, 28-29 января 2002 года / Отв. ред. А.Л. Журавлев. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2002. С. 113–142.
11. Купрейченко А.Б. Отношение личности к соблюдению нравственных норм в зависимости от психологической дистанции (у предпринимателей и менеджеров). Дис... канд. психол. наук. М., 2001.
  12. Купрейченко А.Б. Психологические типы доверия личности людям — ключ к деперсонификации доверия // Становление рынка в постсоветской России: Институциональный анализ / Под ред. Р.М. Нуреева. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 57–88.
  13. Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 3. С. 26-36.
  14. Личко Е.А. Психопатии и акцентуации характера у подростков. Л.: Медицина, 1997.
  15. Младова О.В. Роль межличностного доверия в социальной перцепции. Дипломная работа. М., ГУГН, 2000.
  16. Позняков В.П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001. 240 с.
  17. Реан А.А., Коломинский Я.Л. Социально-педагогическая психология. М., 1999.
  18. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. Человек и мир. СПб.: Питер, 2003. 512 с.
  19. Скрипкина Т.П. Психология доверия: Учебное пособие. М.: Изд. центр «Академия», 2001.
  20. Тихомандрицкая О.А., Дубовская Е.М. Особенности социально-психологического изучения ценностей как элементов когнитивной и мотивационно-потребностной сферы (Методические аспекты) // Мир психологии. 1999. № 3. С. 80–89.
  21. Фельдштейн Д.И. Психология взросления. М., 1999.
  22. Фельдштейн Д.И. Психология развивающейся личности. Воронеж, 1996.
  23. Фрейд А. Психология «Я» и защитные механизмы. М., 1993.
  24. Фопель К. Создание команды: Психологические игры и упражнения. М.: Генезис, 2002.
  25. Фопель К. Сплоченность и толерантность в группе: Психологические игры и упражнения: Пер. с нем. М.: Генезис, 2005. 336 с.
  26. Шерковин Ю.А. Проблема ценностной ориентации и массовые информационные процессы // Психологический журнал. 1982. № 5. С. 135–146.

27. Шо Р.Б. Ключи к доверию в организации: Результативность, порядочность, проявление заботы. М.: Дело, 2000. 272 с.
28. Эриксон Э. Детство и общество. М.: Изд. группа "Прогресс", 1996.
29. Anderhub V., Engelmann D., Güth W. An experimental study of the repeated trust game with incomplete information // *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2002. V. 48. P. 197–216.
30. Bacharach M., Guerra G., Zizzo D.J. The Self-Fulfilling Property of Trust: An Experimental Study // Manuscript University of Oxford. July 2003.
31. Berg J., Dickhaut J., McCabe K. Trust, reciprocity and social history // *Games and Economic Behavior*. 1995. V. 10. P. 122–142.
32. Bolle F. Rewarding trust: an experimental study. *Theory and Decision*, 1998. V. 5(1). P. 83–98.
33. Bolle F., Kaehler J. **Meta-Studies May be Misleading – the Case of Coleman's Hypothesis on Trusting Behavior** // Absurdity in the Economy. 30<sup>th</sup> Annual Congress IAREP, 2005.
34. Burks St.V., Carpenter J.P. and Verhoogen E. **Playing both roles in the trust game** // *Journal of Economic Behavior & Organization*, 2003. V. 51. P. 195–216.
35. Butler J. Toward understanding and measuring conditions of trust: evolution of a condition of trust inventory // *Journal of Management*. 1991. V. 17. P. 643–663.
36. Croson R., Buchan N. Gender and culture: International experimental evidence from a trust game // *American Economic Review, Papers and Proceedings*. 1999. V. 89. P. 386–391.
37. Constantinople A. An Eriksonian measure of personality development in college students // *Developmental Psychology*. 1969. V. 1. P. 357–372.
38. Fehr E., Gächter S., Kirchsteiger G. Reciprocity as a contract enforcement device: experimental evidence // *Econometrica*. 1997. V. 65. P. 833–860.
39. Fey W.F. Acceptance by others and its relation to acceptance of self and others: A revaluation // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1955. V. 50. P. 274–276.
40. Glaeser E., Laibson D., Scheinkman J., Soutter C. **Measuring trust** // *Quarterly Journal of Economics*. 2000. P. 811–846.
41. Güth W., Kliemt H., Bezalel P. Co-evolution of preferences and information in simple games of trust. Discussion Paper 123, Economic Series, Humboldt-Universität zu Berlin, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät. 1998.
42. Hosmer L.T. Trust: the connecting link between organisational theory and philosophical ethics // *The Academy of Management Review*. 1995. V. 20. Is. 2. P. 379–403.
43. Johnson-George C., Swap W.C. Measurement of specific interpersonal trust: Construction and validation of a scale to assess trust in a specific other // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1982. V. 43. P. 1306–1317.

44. Lewicky R.J., Stevenson M., Bunker B.B. The three components of interpersonal trust: instrument development and differences across relationships // The Ohio State University: WPS. Feb. 1997.
45. Malhotra, D. **Trust and Reciprocity Decisions: The Differing Perspectives of Trustors and Trusted Parties** // Organizational Behavior and Human Decision Processes. 2004. V. 94. P. **61–73**.
46. McCabe K.A., Rigdon M.L., Smith V.L. **Positive reciprocity and intentions in trust games** // Journal of Economic Behavior & Organization. 2003, V. 52. P. **267–275**.
47. Mayer R.C., Davis J.H. The effect of the performance appraisal system on trust for management: A field quasi-experiment // Journal of Applied Psychology. 1999. V. 84. P. **123–136**.
48. Measures of personality and Social Psychological Attitudes. Volume 1 of Measures of Social Psychological Attitudes / Ed. J.P. Robinson, P.R. Shaver, L.S. Wrightsman. San Diego, NY, Boston: Academic Press, 1991. 753 p.
49. Rempel J.K., Holmes J.G., Zanna M.P. Trust in close relationships // Journal of personality and social psychology. 1985. V. 49. Is. 1. P. 95–112.
50. Ring P.S., Van de Ven A.H. Developmental process of cooperative interorganizational relationships // Academy of Management Review. 1994. V. 19. P. 90–118.
51. Rosenberg M. Occupations and values. Glencoe, IL: Free Press. 1957
52. Rotter J.B. A new scale for the measurement of interpersonal trust // Journal of Personality. 1967. V. 35. P. **651–665**.
53. Rotter J.B. Generalized expectancies of interpersonal trust // American Psychologist. 1971. V. 26. P. **443–452**.
54. Williamson O. Calculativeness, Trust, and Economic Organization // Journal of Law and Economics. 1993. V. 36. P. **453–486**.
55. Willinger M., Keser C., Lohmann C., Usunier J-C. **A comparison of trust and reciprocity between France and Germany: Experimental investigation based on the investment game** // Journal of Economic Psychology. 2003. V. 24. P. **447-466**.
56. Wrightsman L.S. Measurement of philosophies of human nature // Psychological Reports. 1964. V. 14. P. **743–751**.
57. Wrightsman L.S. Assumptions about human nature: A social-psychological analysis. Monterey, CA: Brooks/Cole, 1974
58. Zucker L.G. Production of trust: Institutional sources of economic structure, 1840–1920 // Research in organizational behavior / Eds. B.M. Staw, L.L. Cummings. 1986. V. 8. P. 53–111.

## ГЛАВА 5

### ПСИХОЛОГИЯ ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ ЛИЧНОСТИ РЕКЛАМЕ

#### Введение

---

Настоящий период характеризуется интенсивным развитием средств массовой коммуникации и глобализацией информационного пространства. Эти процессы влияют на сознание и поведение как всего общества и различных социальных групп, так и отдельных их представителей. Одним из основных показателей успешности коммуникации является доверие аудитории сообщению и его источнику. Стремясь повысить эффективность коммуникативных сообщений (в том числе и рекламных) СМИ создают и постоянно совершенствуют приемы психологического воздействия, используя при этом образы, символы и способы подачи информации, соответствующие особенностям аудитории. В ряду последних особое место занимают жизненные принципы, нормы и ценности, присущие традиционной культуре и субкультуре потребителя [19, 42, 53]. Эта проблема приобретает особое значение в современных условиях, когда в обществе идет процесс коренного пересмотра сложившихся ценностей и норм и от деятельности СМИ в значительной степени зависит формирование нового видения социальной действительности у значительной части аудитории.

Основная гипотеза исследования, представленного в настоящей главе, заключается в том, что ценностно-смысловые и мотивационные характеристики потребителей определяют их отношение к рекламе, значимость и выраженность доверия к ней, а также структуру критериев доверия и недоверия рекламе и рекламным персонажам. В задачи исследования входило выявление места, которое доверие занимает в общем отношении к этим явлениям. Кроме того, анализировалось отношение к рекламе с персонажами или без них у людей, характери-

зующихся разными типами доверия/недоверия себе, другим людям, миру. В ходе исследования была определена взаимосвязь доверия и недоверия рекламным персонажам с ценностными ориентациями и особенностями доверия/недоверия личности другим людям. Анализировались также гендерные и мотивационные особенности доверия женскому рекламному образу. Общая выборка исследования составила 331 человек.

### **5.1. Актуальные проблемы психологических исследований доверия/недоверия рекламе и рекламным персонажам**

---

**Актуальные проблемы исследований рекламы как особого вида массовой коммуникации.** В настоящее время многие исследователи склонны рассматривать массовую коммуникацию как специфическую ситуацию межличностного общения [4, 22, 31–34, 38, 39, 55, 57, 60]. Независимо от школ и направлений в отечественной психологической науке большинство специалистов сходятся в оценке исключительной роли общения в формировании личности человека, в развитии высших психических функций, в образовании системы отношений человека к внешнему миру и другим людям, в структуре мотивационной сферы человека [1, 38, 39, 53]. Так, Л.В. Матвеева, Т.Я. Аникеева и Ю.В. Мочалова справедливо замечают, что “телевидение как общественный институт в силу своих особенностей: каждодневности, доступности, существования в зоне психологической близости зрителя, полимодальности информационного языка является одним из самых значительных видов опосредованного общения и становится важным фактором, влияющим на развитие личности с самого раннего детства” [38, с. 20]. В последнее время в западной социальной психологии наметился новый продуктивный подход к изучению массовой коммуникации. Исследователей уже гораздо меньше интересует проблема изменения социальных установок и поведения людей в ответ на информационное воздействие. Намного больше их волнует, как изменяются ценностные ориентации и как воспринимается реальная действительность посредством ценностей и образов, транслируемых средствами массовой информации. При этом личность рассматривается не как пассивный объект воздействия, а как активный равноправный партнер по взаимодействию [22]. Это относится и к рекламе как одному из видов массовой коммуникации. Однако процессы массовой коммуникации, как правило, являются опосредованными. В условиях опосредованной коммуникации, по причине

разделенности партнеров по общению в пространстве и во времени, центральным элементом воздействия становится коммуникативное сообщение. При этом оно выступает не как пассивное изображение, а как активно воздействующая на человека среда, как продолжение его социально-психологического окружения. Важной особенностью опосредованной коммуникации является отсутствие обратной связи, но без нее нет полноценного акта общения. Именно поэтому выдвигаются дополнительные требования к коммуникативному сообщению и, главное, к личности ведущего, его способности воссоздать атмосферу межличностного общения [38]. Понятно, что телевизионная коммуникация в этом плане дает наиболее полное представление о партнере по общению. Я. Кашчо утверждает, что “телекоммуникация по сравнению с другими видами приобретает новую размерность: возникает визуально-психологический контакт, образуются взаимосвязи, появляется личностное отношение к лицу на телеэкране” [цит. по 38, с. 22]. Большую роль, чем в реальном межличностном взаимодействии, при этом приобретают коммуникативные сигналы, основывающиеся на невербальном языке общения, с помощью которого передается информация о личностном статусе, искренности партнера по общению и его отношении к содержанию информационного сообщения. Ряд исследователей указывают на персонификацию телевизионной информации, эффект значительного влияния отношения к личности ведущего на восприятие информации с телеэкрана [31, 38, 39]. Этим в первую очередь и определяется актуальность изучения доверия современной молодежи рекламе и рекламным персонажам.

**Доверие и недоверие рекламе.** Доверие выступает ключевым понятием при общей оценке рекламного сообщения, объекта или источников рекламы. Не случайно доверие присутствует во многих моделях эффективности рекламы [1, 3, 33, 52, 62]. Мы определяем *психологическую эффективность рекламы* как психологическое отношение, которое проявляется в оценке потребителем (реальным или потенциальным) рекламного сообщения, объекта и источников рекламы как вызывающих доверие, интересных, полезных, способных удовлетворить потребности. Психологическая эффективность может быть оценена по ряду когнитивных, эмоциональных и поведенческих показателей, степень выраженности которых должна соответствовать этим общим оценкам, а также целям рекламной кампании.

Доверие является *наиболее универсальным* показателем эффективности рекламного воздействия по той причине, что оно значимо на любой стадии продвижения товара, при любом типе маркетинго-



вой стратегии. Независимо от того, только появился товар на рынке или является хорошо известной маркой, происходит быстрый рост продаж или наступил кризис — доверие выступает одним из важнейших показателей отношения к марке, рекламному сообщению и источникам рекламы. Кроме того, доверие значимо для любого типа рекламной кампании: как коммерческой, так и социальной, не говоря уже о политической, где формирование доверия к политической партии, ее программе и лидерам является одной из основных целей кампании [3]. Несмотря на особую значимость доверия как показателя эффективности рекламного воздействия, по сравнению с другими проблемами поведения потребителя, исследовательский интерес к этой теме не столь высок (глава 1). К доверию различным видам рекламы в своих исследованиях обращались С. Бови и У. Аренс, И.К. Владыкина и С.Н. Плесовских, Т. Егелхоф, Л.В. Корешникова и В.Ю.Зельникова, А.Н. Лебедев, Р. Поллей и К. Галлагер, Дж. Фрей и др. [9, 29, 30, 32, 54, 63, 65, 66, 71].

На Первой Всероссийской конференции, посвященной проблемам психологии в рекламе, в докладе Л.В. Корешниковой и В.Ю. Зельниковой были представлены следующие положения о факторах доверия рекламе [29]:

- Важным компонентом рекламы являются эмоции. Положительные эмоции стимулируют человека к достижению эмоционально окрашенных объектов, отрицательные — к их избеганию. Отрицательные эмоции часто вызывают недоверие к рекламе. Причем оно может быть обусловлено множеством факторов.
- Сталкиваясь с рекламой, средний российский потребитель боится, что его обманут и рекламируемая вещь окажется некачественной. Поэтому в рекламном сообщении должна содержаться информация о качестве и свойствах товара.
- Исследования показывают, что российский потребитель не доверяет обещаниям сделать что-либо на уровне “экстра-класса”. Как правило, это вызывает у него эмоциональное неприятие организации или человека, который это обещает. Потребитель не очень верит, что кому-то захочется решать его проблемы. В связи с этим неудачными являются слоганы типа: “Ваши заботы станут нашими”, “Нам бы ваши проблемы!”
- Парадоксально, но реклама высококачественного товара, реализуемого по низкой цене, не всегда является убедительной. У потребителя создается впечатление, что фирма производит и продает товар себе в убыток. Это настораживает потребителя и вызывает недоверие. Характерно, что с повышением

цены на данный товар, растет и доверие к рекламе.

- Явная глупость героя рекламного видеоклипа вызывает раздражение и понижает престиж фирмы [29].

Одной из важных психологических характеристик рекламы как системного явления, отмечает А.Н. Лебедев, оказывается ее способность (или неспособность) вызывать доверие у потенциальных потребителей. В качестве факторов, вызывающих недоверие рекламе он называет неэффективную стратегию составления рекламно-информационных посланий, низкий уровень организации рекламной коммуникации, преобладание рекламы суггестивной направленности. Именно такая реклама нередко вызывает у респондентов защитную реакцию, выражающуюся чаще всего в его недоверии к ней [30]. В свою очередь, недоверие к конкретной рекламной продукции порождает негативное отношение к феномену рекламы в целом.

Проведенное с 1992 по 2002 г. А.Н. Лебедевым исследование отношения и доверия рекламе современных российских потребителей позволило выявить некоторые влияющие на эти феномены факторы [31, 32]. Как показал анализ, респонденты не доверяют рекламе фирмы, которая утверждает, что делает что-то лучше всех. Структура распределения ответов на вопрос о доверии/недоверии рекламе такой фирмы сохраняет стабильность в рассматриваемый период. Количество ответов о недоверии, превышает количество ответов о доверии приблизительно в 6 раз и составляет более 63% ответов. Обнаруживается также достаточно большое количество неопределенных ответов (в среднем около 30%). Как показывают результаты исследования, большинство как мужчин, так и женщин утверждают, что они не испытывают доверия к фирме, которая заявляет, что делает что-то «лучше всех». Недоверие респондентов к «высокопарной» рекламе, по-видимому, является характерной особенностью российских потребителей (мужчин и женщин), поскольку их ответы структурно практически не меняются на протяжении десяти лет, в течение которых российская экономика интенсивно развивалась, отмечает А.Н. Лебедев [32].

Остановимся подробнее на некоторых результатах упомянутой работы, так как представленное ниже исследование взаимосвязи доверия рекламе и доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям выполнено с использованием анкеты А.Н. Лебедева. Проведенный им анализ показал, что с 1992 по 2002 г. наблюдается рост ответов респондентов о доверии рекламе «отечественных фирм» с 0% в 1992–1993 до 15% в 2001–2002 гг. и падение доверия к рекламе «зарубежных компаний». Обнаруживается тенденция к снижению варианта ответа «доверяю, не доверяю в одинаковой степени» – 71%

(1992-1993 гг.) и 63% (2001-2002 гг.). Интересно, что женщины, в меньшей степени, чем мужчины доверяют рекламе зарубежных фирм. Во все временные периоды они дают меньшее по частоте количество ответов на данный вопрос, чем мужчины [32]. Этот факт можно объяснить тем, что мужчины чаще являются потребителями товаров автомобильной, электронной и другой промышленности, где всегда выше ценится продукция зарубежных компаний, а женщины чаще покупают продукты питания, среди которых продукция отечественных производителей пользуется большим спросом. Можно также предположить, что женщины осторожнее и с большим недоверием относятся к рекламе товаров, производителю которых сложно предъявить претензии.

Отношение россиян к феномену рекламы во многом определяется тем, на какие слои населения чаще всего ориентируются рекламисты (прежде всего, по уровню материального достатка) и совпадает ли эта ориентация с реальным уровнем доходов у конкретных респондентов. Большинство респондентов, принявших участие в исследовании А.Н. Лебедева, считает, что реклама в нашей стране рассчитана, прежде всего, на достаточно богатых людей. В то же время несколько снижается количество ответов «Реклама рассчитана на достаточно богатых людей» с 47% в 1993 г. до 34% в 2002 г. и увеличивается количество ответов «Реклама рассчитана на людей со средним уровнем достатка» с 15% в 1993 г. до 30% в 2002 г. [32].

Доверие/недоверие рекламе во многом определяется каналами поступления рекламной информации. В качестве таких каналов рекламы выступают как непосредственные контакты продавца и покупателя (личные продажи), так и всевозможные технические информационные средства: телевидение, радио, пресса, интернет и др. Специфика каналов поступления рекламной информации к реципиенту во многом определяет форму психологического воздействия на него и, соответственно, механизмы психологической защиты от рекламно-информационных перегрузок. Так, например, огромную волну протеста вызывает у граждан прерывание рекламой телевизионных передач (художественных фильмов, спортивных матчей и др.). Поэтому в исследование А.Н. Лебедева был включен вопрос о наиболее предпочитаемых средствах получения рекламной информации. Установлено, что существует явная тенденция к изменению динамики предпочтений телевизионной рекламы. Процентное распределение ответов: 43% в 1992–1993 гг., 25% в 2001–2002 гг. Падение интереса к телевизионной рекламе объясняется тенденциями развития этого канала массовой коммуникации, в частности, резким увеличением объемов телевизионной рекламы

в 2002 г. по сравнению с 1992 г. [32].

Анализ половых различий показал, что если в начале десятилетия (1992–1993) мужчины чаще предпочитали телевизионную рекламу, чем женщины: 53,6% у мужчин и 37,8% у женщин в 1992–1993 гг., то при общем снижении интереса к телевизионной рекламе он быстрее понижается у мужчин, чем у женщин. И в 2001–2002 гг. количество ответов женщин, оценивающих положительно телевизионную рекламу, оказывается большим, чем у мужчин: 27% против 22%. Обнаруживается также более высокий интерес к рекламе в прессе (в газетах и журналах) у женщин, чем у мужчин почти во все временные периоды (кроме 1998–1999 гг.) [32]. Этот факт можно объяснить тем, что реклама часто размещается в так называемых женских журналах.

Интересно, что при возникновении потребности в каком-либо товаре, товарной группе или услуге большинство респондентов предпочитает личное посещение предприятия торговли или обращения к психологически значимому социальному окружению. И лишь незначительная часть выборки по каждому срезу, не превышающая 13%, утверждает, что перед посещением предприятия торговли она специально обращается к рекламе. Объяснить данное явление достаточно сложно, если учитывать, что речь идет об ответах по поводу отношения респондентов к рекламе как общественному явлению, а не о конкретных жизненных ситуациях. Возможно, что в ответах респондентов отражается не реальная ситуация, а их мнение, то, что они думают по данному вопросу. Вполне возможно, отмечает А.Н. Лебедев, что они являются жертвами некоего устойчивого стереотипа, заблуждения и на самом деле тенденция обращаться к рекламе более значительна [32]. Об этом свидетельствует не снижающаяся популярность массовых рекламных изданий. С другой стороны, полученный результат может свидетельствовать о недоверии рекламе, о негативном к ней отношении в силу того, что она воспринимается как навязчивая и бесполезная для потребителя.

Выбор потенциальными потребителями канала поступления рекламной информации находится в тесной связи с потребительским поведением. Именно эти две характеристики наиболее существенны для оценки психологической эффективности рекламы, эффективности ее воздействия. А.Н. Лебедевым в ходе исследования обнаружена тенденция к снижению частоты варианта ответа о том, что у респондентов больше, чем один раз в неделю, появляется желание записать номер телефона или адрес фирмы, которая рекламирует товар, с 19% в 1992–1993 гг. до 6% в 2001–2002 гг. Респонденты каждый день сталкиваются с рекламой, но отмечают, что желание записать номер

телефона или адрес фирмы возникает у них очень редко, меньше, чем один раз в месяц. Причем такие ответы дает почти половина всех опрошенных [32].

В представленном ниже эмпирическом исследовании акцент сделан на оценке конкретных показателей доверия и недоверия рекламе и рекламным персонажам. Поскольку мы рассматриваем рекламу как одну из составных частей окружающего мира, к которой человек может испытывать доверие или недоверие, было высказано предположение, что доверие/недоверие миру, себе, другим людям как базовая установка личности может быть связана с особенностями восприятия рекламы и в, частности, с уровнем доверия к ней. Возможно, чем больше человек доверяет себе, миру, другим людям, тем больше он будет доверять рекламе как части того мира, который его окружает. Однако отсутствие данной связи также может говорить о многом. В параграфе 5.2 представлены результаты проверки данных предположений.

**Доверие и недоверие рекламному персонажу.** Субъектом воздействия телевизионной рекламы на зрительское (потребительское) восприятие является рекламный образ. В психологической науке проблема образа принадлежит к числу фундаментальных. Практически всеми исследователями, так или иначе затрагивающими в своих работах проблему психического отражения и построения психического образа, подчеркивается субъективность образа [2, 7, 24, 35, 36, 46, 47]. Исследователи отмечают, что, являясь отражением предметов (и явлений) объективной, т.е. существующей вне и независимо от сознания человека действительности, образ вместе с тем субъективен [24, с. 12]. В самом широком смысле слова субъективность образа означает его принадлежность субъекту, что указывает на активность субъекта в процессе построения образа. А.Н. Леонтьев отмечает, что «мы строим образ мира, активно “вычерпывая” его из объективной реальности» [35, с. 5–6]. Субъективность образа включает момент пристрастности, зависимости образа от потребностей, мотивов, целей, установок, эмоций человека и т.д. Образ формируется на базе опыта, который накопил человек, в той или иной мере ассимилируя этот опыт, что особенно отчетливо выражается в тех случаях, когда речь идет об образах, связанных с жизненно значимой для человека деятельностью [24, 36, 48]. По мнению многих специалистов, использование в рекламе особого образа или персонажа значительно повышает эффективность рекламного сообщения [37, 50].

Давно замечено – и это подтвердили научные исследования, –

что наибольшую привлекательность рекламе придает присутствие женщины. Далее по силе эффекта следуют дети, затем животные, особенно домашние, и только потом – мужчины [13–16, 25, 59]. Вот почему рекламисты стремятся приблизить к человеческому образу самые неожиданные вещи, например, автомобильные шины или конфеты. Довольно часто рекламный персонаж функционально, по замыслу его создателя, должен стать для адресата объектом идентификации. Механизм идентификации — один из путей повышения эффективности рекламного образа и формирования доверия. Явление идентификации зрителя с персонажем построено на комплексе эмоционально-оценочных действий, в частности, на выявлении привлекательности персонажей, их личных характеристик, на установлении степени близости/удаленности зрительского Я с тем или иным героем рекламы. Традиционно рекламодатели говорят о *специфическом* объекте идентификации (когда социально-демографические характеристики персонажа и адресата совпадают) и *неспецифическом* объекте идентификации (когда социально-демографические характеристики персонажа и адресата не совпадают). Считается, что специфический объект идентификации — более “выигрышный” вариант при создании рекламы. Однако в проведенном Е.В. Марковой исследовании было установлено, что более убедительным является рекламный персонаж, обладающий характеристиками “Я-идеального” потребителя. Образ же, обладающий характеристиками “Я-реального” сравним по степени воздействия с образом, который семантически удален от “Я-реального” и от “Я-идеального” [37].

Кроме того, как показало исследование А.В. Шарикова и Ю.Н. Кузнецовой, идентификация происходит не только по оси “сам зритель – герой”. Идентификационное поле шире. Оно включает в себя многочисленные сопоставления характеров реальных людей, окружающих зрителя, с характерами рекламных персонажей. Собственно идентификация зрителя с персонажем занимает сравнительно небольшую часть этого поля. Поэтому не менее важным представляется и соотнесение персонажей со значимым другим из ближайшего окружения зрителя [58]. В этом случае вступают в действие другие механизмы формирования доверия рекламным персонажам. Например, доверие на основании авторитетности рекламного персонажа. В этом случае используется образ эксперта в соответствующей области (врач в рекламе товаров для здоровья и т.д.) или человека, известного своими достижениями в какой-либо области (спорте, искусстве, науке и т.д.), а также других авторитетных или архетипических фигур (отец, мать, дед, бабушка и т.д.). Доверие на основании приязни вы-

зывают эмоционально приятные персонажи (привлекательные люди и дети). Потребительская реклама как опосредствованная коммуникация заимствует средства убеждения из коммуникации «очной». Имитируя общение домохозяйек или разговор пациента с врачом или фармацевтом, рекламисты делают ставку на такой психологический фактор, как доверие к авторитетному мнению. Как правило, это социально активные типы мужчин или женщин, типичные для данной культуры и получающие одобрение общества. Исследователи выделяют четыре основных типа рекламных персонажей («персонафицированных довода»), различающихся социальными ролями: «хозяин фирмы», «эксперт-профессионал», «звездный потребитель» (популярные артисты, спортсмены и т.д.) и «рядовой потребитель». Каждый из этих персонажей рассчитан на определенную категорию потребителей и на определенную группу товаров [26].

Какие же особенности рекламного персонажа вызывают доверие к нему у потребителей? Во-первых, большую роль в формировании доверия к персонажу играет актерское мастерство. В ситуации опосредованного взаимодействия успех коммуникации зачастую зависит от умения актера создать для потребителя иллюзию реального взаимодействия [21, 32]. Известно, также, что на доверие потребителя к содержанию сообщения влияет источник информации. Наиболее эффективными рекламными персонажами являются эксперты в соответствующих областях. Кроме того, с доверием тесно связаны такие феномены, как вера, основанная на эмоциональном принятии, и расчет [23]. Отсюда широкое распространение привлечения известных актеров и спортсменов для рекламы товаров, в оценке качества которых эти популярные личности не могут выступать экспертами. Тем не менее такая реклама эффективна, это и причиной этого является основанная на народной любви вера, выступающая заменителем подлинного доверия. Иногда хорошая репутация производителя является гарантией достоверности рекламной информации. В этом случае отношение потребителей к марке строится на основе расчета [23].

В исследовании С. Московиси и Ф. Бушини экспериментально было доказано, что среди испытуемых, которые доверяют содержанию сообщения, сообщение, приписываемое анонимному источнику, оказывает большее прямое влияние, чем сообщение, приписываемое большинству или меньшинству. Среди недоверяющих испытуемых меньшинство менее влиятельно, чем большинство и анонимный источник, вместе взятые. В целом высокое доверие к содержанию связано с сообщением, приписываемым анонимному источнику, а низкое

– с сообщением, которое приписывается меньшинству. Кроме того, в исследовании было показано, что наиболее сильному статистически значимому влиянию сообщения подвержены те испытуемые, кто не считают источник сообщения рациональным и не доверяют сообщению. Интересно отметить, что доверие к содержанию сообщения, с точки зрения его достоверности, не чувствительно к тому, искажено сообщение или нет [43].

Стиль речи коммуникатора также влияет на то, воспринимается ли он как заслуживающий доверия. Один из способов завоевать доверие – говорить уверенно. Было установлено, что человеку, говорящему быстро и четко, выказывается большее доверие, чем говорящему медленно или делающему паузы [25, 40, 49]. Также было установлено, что при определенных обстоятельствах коммуникаторы с низкой способностью вызывать доверие могут достигать такого же эффекта, что и те, кому полностью доверяют, хотя происходит это не сразу. Этот феномен, названный «эффектом спящего», связан с тем, что, если сообщение оказывается достаточно важным, люди запоминают содержание, забывая о его первоначальном источнике [49].

В межличностной и межгрупповой коммуникации непрерывно происходит процесс трансляции ценностей, огромную роль в котором играют СМИ, вовлекая в него многие миллионы людей. Можно сказать, что в последнее время массовая коммуникация выступает в качестве одной из основных систем формирования, сохранения и передачи ценностей и норм в обществе. Верно, однако, и обратное положение: обращение к ценностям аудитории, стремление вызвать непосредственные положительные или отрицательные реакции индивида в ответ на предоставляемую информацию служит средством обеспечения эффективности процесса массового информационного воздействия [19, 27, 34, 45, 53, 57, 60]. «В поле медиаобъектов человек выстраивает систему личностных массово-коммуникационных ориентаций, которая позволяет ему обеспечить регуляцию своего поведения относительно этого поля» [58, с. 29]. В процитированном выше исследовании А.В. Шарикова и Э.А. Барановой была установлена сопряженность массово-коммуникационных ориентаций с ценностными ориентациями [58]. В рамках субъектно-деятельностного подхода выдвигалась и проверялась гипотеза о том, что выбор товаров на потребительском рынке определяется деятельностью человека в рамках реально выполняемой им социальной роли [34]. В исследовании Я. Жуковой было выяснено, что адекватность ценностного восприятия газетных сообщений связана со степенью сопряженности ценностной структуры содержания сообщения и систем ценностей



реципиентов. Как показали результаты, точность воспроизведения ценностного содержания статьи связана со степенью близости систем ценностных ориентаций реципиентов к ценностной структуре газетного сообщения: чем больше связь между ними, тем точнее отражается ценностная структура сообщения в изложениях респондентов [22]. В исследовании О.А. Громовой отмечается, что представители той или иной группы, выделенной на основе иерархии ценностей, предпочитают определенный характер рекламной коммуникации [12]. Таким образом, ценностные ориентации выступают в качестве фактора, опосредствующего взаимодействие индивида со средствами массовой коммуникации и определяющего, в частности, доверие к ним и их сообщениям [6, 20, 22, 34, 53, 60].

Задача рекламиста при создании рекламы – «встроить» продвигаемый образ товара в уже существующую систему ценностей, чтобы именно эта марка актуализировала ту или иную потребность и выглядела в глазах потребителя эффективным средством ее удовлетворения [8, 11]. Не зря Р. Поллей и К. Галлагер назвали рекламу «кривым зеркалом» культуры, поскольку «оно отражает лишь определенные отношения, типы поведения и ценности. Оно моделирует лишь определенные стили жизни и философии – те, что выгодны продавцу. Оно показывает те ценности, которые проще всего привязать к имеющимся продуктам, которые легко обыграть в рекламе и на которые покупатели, смотрящие рекламу, вернее всего отреагируют. Следовательно, реклама – это избирательное выделение лишь некоторых типов поведения и ценностей» [71, с. 360]. Как правило, ценностные ориентации являются одним из дифференцирующих признаков при категоризации потребителей [10, 12]. В среде потребителей наиболее эффективна будет реклама, отражающая специфические ценности каждой конкретной их категории. В этом случае, по всей видимости, наиболее значимым фактором психологической эффективности рекламы выступит фактор идентификации на основании общности ценностей. Сходство ценностных ориентаций реципиента с ценностной структурой сообщения усиливает процесс его идентификации с персонажем сообщения, что в конечном итоге способствует повышению доверия к персонажу [22]. Один из этапов нашего исследования, представленный в параграфе 5.3, был посвящен данной проблеме. Нам удалось установить взаимосвязь доверия и недоверия рекламным персонажам с ценностными ориентациями личности и типом ее доверия/недоверия другим людям.

**Образ женщины в рекламе и доверие ему.** Персонажи выступа-

ют носителями ценностей и норм, транслируемых рекламой своей аудитории. Их образы создаются на основе преобладающих в обществе норм и стереотипов, в том числе гендерных. По нашему мнению доверие потребителей рекламе в высокой степени определяется тем, в какой степени рекламные образы соответствуют гендерным стереотипам и установкам потребительской аудитории. В последние годы исследователи уделяют большое внимание гендерным аспектам современной рекламы. М.В. Томская указывает, что в рекламе гендер конструируется посредством вербальных и невербальных средств, эксплицитно, а чаще имплицитно отражающих те или иные стереотипные (коллективные) представления о поведении, роли, статусе, которые приписываются женщинам и мужчинам [51]. Именно стереотипы, в том числе и гендерные, играют существенную роль в воздействии на сознание индивидов, на их представления о мире, так как они в значительной степени влияют на готовность человека определенным образом воспринимать явления окружающего мира, оценивать их и действовать по отношению к ним.

М.В. Томская описывает, как в различных видах рекламы строится образ мужчины и женщины [51]. Например, в экономической рекламе мужчинам приписываются такие качества, как стабильность, профессионализм, престиж, обеспеченность и т.п., тогда как женщины представляются в роли сексуального объекта, недалекими, зависимыми, обремененными домашними заботами существами и т.п. К примеру, при рекламировании видеокамеры марки «Панасоник» наряду с изображением видеокамеры помещено фото женского лица. Рекламный текст обращен к мужчине: «... Не хотите ли Вы поместить ее фото на экране? Если она действительно хороша — пусть Ваши друзья завидуют Вам...» Несмотря на то, что видеокамерой могут успешно пользоваться как мужчины, так и женщины, текст рекламы адресован именно мужчинам. Для побуждения к покупке создается атмосфера недосказанности, некой двусмысленности, привлекаются гендерные стереотипы относительно мужчин и женщин. Причем последние используются для придания особой ценности рекламируемому товару [17, 18].

В 1979 г. Э. Гофман создал модель для интерпретации поведения человека, на основании которой им был выполнен анализ рекламных персонажей. В книге «Гендерная реклама» Э. Гофман выделяет пять позиций, по которым женщины в рекламе «проигрывают» мужчинам: относительный размер, который является индексом власти (в рекламе мужчины в основном выше, чем женщины); прикосновение, демонстрирующее различное отношение мужчин и женщин как к объектам

материального мира, так и друг к другу (женщины изображаются баюкающими или ласкающими объект, но не хватающими, держащими или манипулирующими им с утилитарной целью); функциональная категоризация (мужчина в рекламе чаще руководит, а женщина является исполнителем); роль в семье (мужчины защищают и наблюдают, а женщины и дети защищаемы и подконтрольны); и ритуализация субординации (размещение персонажей, их позы, жесты, поведение символизировать преимущество мужчин) [67].

И.В. Грошев в работе «Рекламные технологии гендера» приводит следующие данные: женщины чаще (в 68,8% рекламной продукции) изображаются в положении лежа: на полу, в постели или на диване, и это — классический универсальный прием в зеркальном отображении устоявшейся в реальном обществе модели взаимоотношений «мужчина-женщина», т.е. модели превосходства одного пола над другим [16]. При изучении способов изображения женщин в рекламе было обнаружено, что в большинстве рекламных сообщений женщины поставлены в зависимое от мужчин положение и принимают неестественные позы. При этом в рекламе подчеркивается негармоничность различных частей тела женщины, акцент делается на сексуальности. Женские портреты более статичны. Фигура женщины изображается преимущественно целиком. Обнаженные и полуобнаженные женщины изображаются крупно, а одетые более мелко, чем фотографии мужчины. На фотографиях чаще изображаются молодые женщины [16].

Нередко женщина в рекламе представляется глупее и недалекее мужчины [14, 15, 72]. Например, в рекламе стирального порошка «Тайд» компетентный мужчина объясняет женщине потребительские качества рекламируемого товара. Женщины обычно изображаются не как обсуждающие или оценивающие товар, а как движимые эмоциями и желаниями в его приобретении, как выполняющие второстепенные и зависимые роли (жены, любовницы, подруги). Индивидуальность женщины передается через ее манеру одеваться, через соответствие жестов этой манере. Женщин чаще изображают с приоткрытым ртом, что придает лицу менее серьезное выражение и несет сексуальный подтекст. Женщины представляются в рекламе чаще улыбающимися. Выражение женского лица более доброжелательное. Исследования показали, что в более чем 85% различной рекламной продукции вопросы задают женские персонажи [5, 13]. Понятие профессионализма, таким образом, становится онтологическим стержнем, на который «наназывается» любая, в том числе и половая, идентичность [13, 16]. Кроме того, А. Кортни и С. Локерц отмечают, что женские образы чаще всего использова-

лись в рекламе чистящих средств, продуктов питания, косметики, лекарств, одежды, и домашних приборов; мужские образы чаще использовались в рекламе автомобилей, путешествий, алкогольных напитков, сигарет, банков, промышленных продуктов, развлечений, и промышленных компаний [64].

Ш. Берн выполнил контент-анализ рекламных роликов на телевидении и показал, что создатели рекламы, изображая мужчин и женщин, широко используют гендерные стереотипы, поэтому диапазон занятий у мужчин в три раза шире, чем у женщин. Ролики используют традиционный образ мужественности, указывая, что надо делать, чтобы стать настоящим мужчиной [5, с. 57]. Данные, которые приводит Р. Харрис, касающиеся зарубежной рекламы, свидетельствуют о том, что непропорционально большое количество женщин показываются СМИ только в роли хозяек дома и матерей, а их деловые, профессиональные и общественные роли умяляются или не представлены вовсе [56]. Особенно это характерно для рекламы, хотя диапазон женских ролей в рекламе становится более широким. Исследование У. Килбурн показало, что демонстрация рекламных объявлений, использующих стереотипные женские образы, создает негативное мнение о женских организаторских способностях [69].

Таким образом, женщин часто показывают зависящими от мужчин и нуждающимися в их защите. Даже в относительно равноправных «телевизионных» семьях жена, как правило, уступает мужу чаще, чем он ей, хотя ситуации, при которых это происходит, носят намного более завуалированный характер, чем 20 лет назад. Женские персонажи в СМИ принимают важные решения или участвуют в важных делах не столь часто, как мужские. Реклама нередко изображает женщин чрезвычайно озабоченными или даже одержимыми такими проблемами, как не выстиранное белье или грязная посуда [56, 69, 72]. Несмотря на динамично меняющееся положение российских женщин в социальной сфере, в сфере бизнеса и других областях, отечественные рекламные тексты все еще строятся на стереотипном представлении о женщине как существе болтливом, сварливом, вздорном и надоедливом своим интеллектуальным невежеством, особенно когда она пытается вмешаться в несвойственную и недоступную ей, по мнению мужчин, сферу деятельности. Как например, реклама автомобилей или автострахования. Еще одним активно эксплуатируемым в нашей коммерческой рекламе гендерным стереотипом можно признать создаваемый на телевидении и радио образ российской женщины, готовой ради здоровья, блага, удобства мужчины на любые жертвы, например, реклама некоторых лекарственных средств или реклама пива [41].

А. Немировская, проводя психологический анализ рекламы на российском телевидение, описывает мужчин и женщин, появляющихся в рекламе следующим образом [44]:

**Мужчины в рекламе.** Возраст мужчин самый разный, показывают и юношей и пожилых, но чаще всего возрастной ценз ограничивается 30–40 годами. Мужчины в рекламе много развлекаются: играют на бильярде, пьют пиво, ходят в бары, на футбольные матчи, занимаются спортом, катаются на машине, принимают дома гостей. Если мужчина дома с женой, то обязательно ест. Если есть дети, то обычно это сын, которому он уделяет должное внимание (отвечает на вопросы, ходит в магазин и т.д.). Некоторые мужчины читают книги, также они любят мыться, но часто при этом простужаются (лекарства от простуды принимают в основном мужчины). Если мужчина идет в магазин, то ориентируется в ценах и товарах с большим трудом, в результате вынужден обращаться за помощью к женщине. Если мужчина предстает перед нами в нетрадиционной роли: стирает белье, гладит, то обычно это юмористичный ролик – стирает белье в мультфильме, гладит собачью одежду мужчина несуразного вида: очень полный, очки с толстыми линзами, одет неряшливо. Вид деятельности: студент, демонстратор одежды, газонокосильщик, продавец, слесарь, спортсмен, музыкант, род занятий остальных мужчин не ясен, но из рекламы видно, что они обеспеченные (дорогой автомобиль, загородный коттедж и т.п.) [44].

**Женщины в рекламе.** Возраст – 25–35 лет, т.е. несколько моложе мужчин. Однако в отличие от мужчин женщины развлекаются значительно меньше, и чаще это – молоденькие девушки. В основном женщина занимается своей внешностью: различная косметика, забота о волосах, коже лица и о ногах, а иногда заботится о своем здоровье, потому что есть у женщин какие-то непонятные проблемы, в решении которых помогают лекарственные средства. Другую часть рекламной жизни женщина посвящает домашнему хозяйству – она гладит белье, готовит, ходит в магазин. Если женщина работает, обычно не совсем понятна сфера ее деятельности, но видно, что это офисная работа, правда, нельзя сказать, что женщина любит свою работу – она либо очень устает на ней, либо опаздывает [44].

Исследователи считают, что условно всех рекламных женщин можно разделить на две группы: 1) домохозяйки, посвящающие себя семье; 2) женщины – обольстительницы, которые чаще всего на экране появляются в одиночестве, занимаются только собой, своей внешностью, при этом максимально стараются подчеркнуть свою привлекательность, показывают себя со всех сторон, т.е. изобража-

ются как сексуальные объекты [56, 68, 72 и др.]. Для отечественной рекламы характерен еще один образ – «обыкновенной советской женщины», которая и работает, и домашним хозяйством занимается. Если у женщины в рекламе имеется семья, то в роликах она обязательно кормит мужа и детей, воспитывает их (в основном девочек) [12, 21].

Резюмируя изложенное выше, можно сказать, что реклама служит своеобразным зеркалом, в котором женщина видит собственное отражение в социальных представлениях и стереотипах. В качестве еще одного подтверждения можно привести результаты исследования Р. Ямпольской о типологической структуре прессы. В своей статье она указывает, что более чем в 100 иллюстрированных изданиях в центре внимания часто оказывается сама женщина, ее фигура, лицо и другие части тела со всеми достоинствами и недостатками, а не «женская тема», как это часто представляется. Автор считает, что это свидетельствует о явном преобладании в сознании нашего общества патриархальной картины мира, презентуемой через рекламную продукцию [61]. Данные, полученные в исследованиях женского рекламного образа, свидетельствуют о наличии медленной динамики. Традиционное распределение ролей меняется постепенно, реклама отражает лишь поверхностные культурные изменения, в то время как основная идеологическая база остается нетронутой [68, 70] .

М.В. Томская считает, что право на инициативу и активное вмешательство в ситуацию не только в рекламе, но и в обществе принадлежит мужчинам [51]. Следовательно, успех женщины во многом зависит от ее умения приспособить свое поведение к желаниям и ожиданиям мужчины. Автономное же, физически агрессивно выражаемое сопротивление в рекламе табуируется как «мужской» образец. Она также указывает на то, что в России активизация и самореализация женщин в общественной и профессиональной сферах пока не нашла достойного отображения в СМИ. Хотя изредка встречается реклама, например, предлагающая специальные банковские услуги, адресатами которых являются деловые женщины: «Ты Независима и Современна» (рекламный ролик Альфабанка, 1998). Это свидетельствует о том, что изменения социального статуса женщины имеют место, несмотря «на повсеместную сексуализацию и эротизацию образа женщины» [28, с. 146.].

Таким образом, женский рекламный образ, отражающий гендерные нормы и стереотипы, имеет тенденцию к изменению. По нашему мнению, степень совпадения характеристик женских рекламных

персонажей и представлений аудитории об идеальном женском рекламном образе должна оказывать влияние на доверие ему. В ходе эмпирического исследования (параграф 5.4) мы проверили это предположения, проанализировав роль доверия в формировании отношения к женскому рекламному персонажу. Были определены также критерии доверия в зависимости от социально-психологических функций, выполняемых рекламным персонажем.

## **5.2. Взаимосвязь доверия рекламе и доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям**

---

**Постановка проблемы.** Рассматривая рекламу как одну из составных частей окружающего мира, к которой человек может испытывать доверие или недоверие, мы предположили, что доверие миру, себе, другим людям как базовая установка личности может быть связана с особенностями восприятия рекламы и, в частности, с уровнем доверия к рекламе. Целью первого этапа исследования выступала проверка предположения о существовании такой связи и анализ ее характера.

Были поставлены следующие **задачи** исследования:

1. Определить особенности отношения и доверия к рекламе у представителей различных типов доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям;
2. Оценить психологическую эффективность разных видов рекламы (с персонажами и без них) в зависимости от доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям.

В программу этого исследования были включены упомянутая выше анкета отношения и доверия к рекламе А.Н. Лебедева (Приложение 11), авторская методика доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям (Приложение 10), а также методика оценки психологической эффективности рекламы (Приложение 12). Последняя методика использовалась для оценки респондентами рекламных сообщений с персонажами или без них. Ее структура включает три компонента психологического воздействия рекламного сообщения: когнитивный, эмоциональный, поведенческий. Дополнительно в методику включены вопросы, оценивающие степень идентификации респондентов с персонажами рекламы. Один вопрос оценивает доверие данному рекламному сообщению. В качестве стимульного материала были предложены 5 пар печатной рекламы, каждая из которых рекламировала схожие товары. Листовки в каждой паре

различались по наличию/отсутствию в них рекламных персонажей. Таким образом, 5 листовок представляли рекламу с персонажами, 5 листовок — без персонажей. Сообщения подбирались таким образом, чтобы минимально снизить влияние половой принадлежности респондентов на их восприятие — все они рекламируют товары общего потребления. В исследовании на этом этапе приняли участие 93 человека (41 мужчина и 52 женщины) в возрасте от 17 до 50 лет различных видов деятельности.

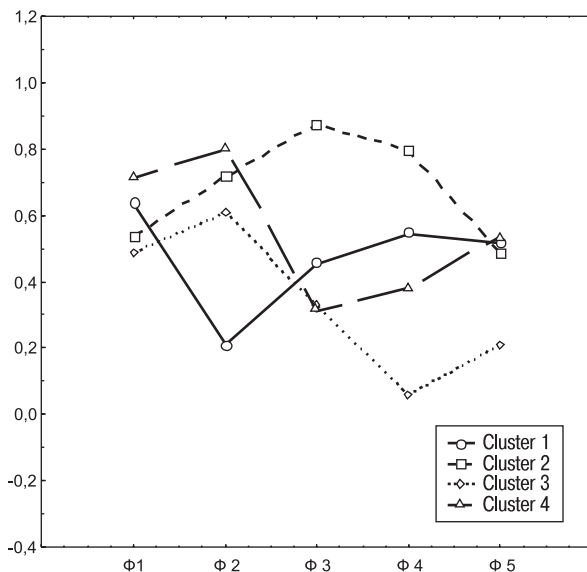
**Отношение и доверие рекламе у представителей различных типов доверия/недоверия миру, себе, другим людям.** С целью выявления личностных особенностей доверия наших респондентов миру, себе, другим людям был проведен кластерный анализ по методу К-средних. Кластеризации подверглись показатели 5 основных шкал (факторов) методики доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям (см. параграф 4.6):

- Ф1 — Доверие себе в умении строить взаимоотношения с окружающим миром и другими людьми;
- Ф2 — Недоверие другим людям как безответственным и несправедливым;
- Ф3 — Доверие другим людям в умении сотрудничать и оказывать взаимопомощь;
- Ф4 — Доверие себе в умении давать оценки и делать прогнозы;
- Ф5 — Недоверие миру и другим людям как опасным объектам.

Были выделены четыре основных типа доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям (рисунок 1). Тип 1 может быть охарактеризован как умеренно доверяющий себе, миру, другим людям с невыраженным недоверием другим людям. Тип 2 отличается высоким доверием себе и амбивалентным отношением к другим людям и миру. Так, у него примерно на равном довольно высоком уровне находятся показатели доверия и недоверия другим людям. Тип 3 низко доверяет себе и имеет невыраженное отношение к миру и другим людям, хотя недоверие другим людям (Ф2) превышает уровень доверия к ним (Ф3). Особенно низким у этого типа является доверие себе в умении давать оценки и делать прогнозы (Ф4). Тип 4 высоко доверяет себе в умении строить взаимоотношения с людьми и миром и одновременно высоко не доверяет миру и людям.

В ходе решения первой задачи исследования были проанализированы особенности ответов на вопросы анкеты отношения и доверия к рекламе А.Н. Лебедева. Частота выбора того или иного варианта ответов для каждого типа приведена в таблице 1. Анализ показывает,





**Рис 1.** Типы доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям. Обозначения: Ф1 – Доверие себе в умении строить взаимоотношения с окружающим миром и другими людьми; Ф2 – Недоверие другим людям как безответственным и несправедливым; Ф3 – Доверие другим людям в умении сотрудничать и оказывать взаимопомощь; Ф4 – Доверие себе в умении давать оценки и делать прогнозы; Ф5 – Недоверие миру и другим людям как опасным объектам.

что Тип 1 умеренно доверяющий себе, миру, другим людям с невыраженным недоверием другим людям, в одинаковой степени доверяет (не доверяет) рекламе зарубежных и отечественных фирм. Намного чаще, чем другие типы, в случае если возникает потребность купить какую-либо вещь, он обращается к друзьям. При этом желание записать номер телефона или адрес фирмы, которая рекламирует товар, возникает у него несколько чаще, чем у других типов (больше, чем 1 раз в неделю), хотя при этом покупал какие-то вещи в магазинах или пользовался услугами организаций и фирм он очень редко (меньше, чем 1 раз в месяц).

Тип 2 с высоким доверием себе и амбивалентным отношением к другим людям и миру в большей степени, чем другие типы, не доверяет фирме, которая утверждает, что она делает что-то лучше всех. В то же время он доверяет (не доверяет) в одинаковой степени

рекламе зарубежных и отечественных фирм. Этот тип чаще считает, что в целом реклама в нашей стране рассчитана на всех людей независимо от уровня их материального достатка. Предпочтение он отдает радиорекламе и рекламе на улицах города. В то же время у представителей данного типа реже других возникает желание записать номер телефона или адрес фирмы, которая рекламирует товар (меньше, чем 1 раз в месяц).

Тип 3, низко доверяющий себе и имеющий невыраженное отношение к миру и другим людям, считает, что реклама в нашей стране рассчитана на более обеспеченных людей (со средним уровнем достатка), чем считают представители других типов. Предпочтение он отдает рекламе в газетах и журналах. При необходимости что-либо купить он чаще идет в знакомый магазин. За прошедший год он покупал какие-то вещи в магазинах или пользовался услугами организаций и фирм несколько чаще, чем другие типы.

Тип 4, наиболее высоко не доверяющий миру и другим людям, чаще, чем другие типы, отмечает, что современная российская реклама в большинстве случаев предлагает потребителю то, что ему не очень нужно, и больше доверяет рекламе зарубежных фирм.

Анализ данных демонстрирует существование определенной взаимосвязи между доверием/недоверием миру, себе, другим людям и отношением и доверием к рекламе. Можно сказать, что частота использования близкого окружения в качестве экспертов и источника знаний зависит не от уровня доверия, а скорее — от недоверия другим людям. В частности, чаще всего обращается к друзьям за информацией о товарах Тип 1, отличающийся самым низким недоверием другим людям (рисунок 1). Тип 2, высоко доверяющий себе и амбивалентно относящийся к миру, довольно категоричен в своем недоверии к фирме, которая утверждает, что она делает что-то лучше всех. Низко доверяющий себе и имеющий невыраженное отношение к миру и другим людям тип 3 чаще других выбирает наиболее надежные и полные источники рекламной информации (газеты и журналы) и крайне редко обращается за советом к другим людям.

Корреляционный анализ дает еще некоторую информацию о влиянии особенностей доверия/недоверия личности на отношение к рекламе. Так, чем сильнее убежденность личности в том, что «никто не намерен брать на себя ответственность за то, что с тобой случится, хотя видят, к чему ты идешь», тем чаще она считает, что современная реклама предлагает потребителю то, что ему «совсем не нужно» ( $r=0,31$ ). Рекламе отечественных фирм реже доверяют те, кто «старается тесно взаимодействовать с окружающим миром» ( $-0,28$ ). Пред-

**Таблица 1.** Частота выбора различных вариантов ответов на вопросы о доверии рекламе у разных типов доверия / недоверия личности миру, себе, другим людям (полужирным шрифтом выделены наибольшие значения, курсивом – наименьшие)

| Вопросы и варианты ответов  | Тип 1<br>%   | Тип 2<br>%   | Тип 3<br>%  | Тип 4<br>%  | Значимые различия между типами по тесту Манна-Уитни |
|---|--------------|--------------|-------------|-------------|---|
| 1   | 2            | 3            | 4           | 5           | 6   |
| <b>Вопрос № 4:</b> «Современная российская реклама в большинстве случаев предлагает потребителю то, что ему...»   |              |              |             |             |   |
| очень нужно   | 0,0          | 0,0          | 0,0         | 0,0         |   |
| не очень нужно  | 72,7         | 69,2         | 63,6        | <b>80,0</b> |   |
| совсем не нужно   | 27,3         | 30,7         | 36,4        | 20,0        |   |
| затрудняюсь ответить  | 0,0          | 0,0          | 0,0         | 0,0         |   |
| <b>Вопрос № 5:</b> «Если в рекламном объявлении (по телевизору, по радио или в газете) какая-нибудь российская фирма утверждает, что она делает что-то лучше всех, то я, как правило ...» |              |              |             |             |   |
| доверяю такой фирме   | 0,0          | 0,0          | 0,0         | 0,0         |   |
| не доверяю такой фирме  | 54,5         | <b>76,9</b>  | 72,7        | 66,7        |   |
| затрудняюсь ответить  | 45,5         | 23,1         | 27,3        | 33,3        |   |
| <b>Вопрос № 6:</b> «Я больше доверяю ...»   |              |              |             |             |   |
| рекламе зарубежных фирм   | 0,0          | 0,0          | 9,1         | <b>20,0</b> |   |
| рекламе отечественных фирм  | 0,0          | 0,0          | 18,2        | 0,0         |   |
| доверяю (не доверяю) в одинаковой степени   | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | 72,7        | 80,0        | Между 1,2 и 3; $p < 0,02$                           |
| затрудняюсь ответить  | 0,0          | 0,0          | 0,0         | 0,0         |   |
| <b>Вопрос № 7:</b> «В целом реклама в нашей стране (по телевидению, по радио, в газетах и т.д.) рассчитана на ...»  |              |              |             |             |   |
| очень богатых людей   | 0,0          | 0,0          | 0,0         | 0,0         |   |
| достаточно богатых людей  | 0,0          | 0,0          | 0,0         | 0,0         |   |
| на людей со средним уровнем достатка  | 45,5         | 37,50        | <b>72,7</b> | 53,3        |   |
| на всех людей, независимо от уровня их материального достатка   | 54,5         | <b>62,50</b> | 27,7        | 46,7        |   |
| затрудняюсь ответить  | 0,0          | 0,0          | 0,0         | 0,0         |   |

Доверие и недоверие в различных сферах жизнедеятельности человека

| 1  | 2           | 3           | 4           | 5    | 6                      |
|--|-------------|-------------|-------------|------|------------------------|
| <b>Вопрос № 8:</b> «Больше всего мне нравится реклама ...»   |             |             |             |      |                        |
| по телевидению   | <b>63,6</b> | 23,1        | 36,4        | 40,0 | Между 1 и 2 ; $p=0,04$ |
| по радио   | 9,1         | <b>30,8</b> | 18,2        | 33,3 |                        |
| в газетах и журналах   | 9,1         | 7,7         | <b>27,3</b> | 13,3 |                        |
| на улицах города, где я живу   | 18,2        | <b>30,8</b> | 9,1         | 6,7  |                        |
| затрудняюсь ответить   | 0,0         | 7,7         | 9,1         | 6,7  |                        |
| <b>Вопрос № 9:</b> «Если мне нужно купить какую-либо вещь, то я ...»   |             |             |             |      |                        |
| сразу же обращаюсь к рекламе в газетах (по ТВ, по радио и т.д.)  | 0,0         | 0,0         | 0,0         | 0,0  |                        |
| обращаюсь к друзьям  | <b>54,5</b> | 23,1        | 9,1         | 33,3 | Между 1 и 3; $p=0,02$  |
| просто иду в знакомый магазин  | 45,5        | 69,2        | <b>81,8</b> | 53,4 |                        |
| затрудняюсь ответить   | 0,0         | 7,7         | 9,1         | 13,3 |                        |
| <b>Вопрос № 10:</b> «Когда я смотрю рекламу по телевидению (или слушаю ее по радио), то у меня возникает желание записать номер телефона или адрес фирмы, которая рекламирует товар ...» |             |             |             |      |                        |
| очень часто (больше, чем 1 раз в день)   | 0,0         | 0,0         | 0,0         | 6,7  |                        |
| иногда (больше, чем 1 раз в неделю)  | <b>54,5</b> | 15,4        | 9,1         | 33,3 |                        |
| очень редко (меньше, чем 1 раз в месяц)  | 45,5        | <b>69,2</b> | 54,5        | 46,7 |                        |
| никогда  | 0,0         | 15,4        | 9,1         | 13,3 |                        |
| затрудняюсь ответить   | 0,00        | 0,00        | 27,3        | 0,0  |                        |
| <b>Вопрос № 11:</b> «В течение прошлого года только благодаря рекламе я покупал какие-то вещи в магазинах или пользовался услугами организаций и фирм ...»                               |             |             |             |      |                        |
| очень часто (больше, чем 1 раз в день)   | 0,00        | 0,0         | 0,0         | 0,0  |                        |
| иногда (больше, чем 1 раз в неделю)  | 18,2        | 15,4        | <b>36,4</b> | 33,3 |                        |
| очень редко (меньше, чем 1 раз в месяц)  | <b>63,6</b> | 61,5        | 45,5        | 40,0 |                        |
| никогда (ни разу за год)   | 18,2        | 23,1        | 18,2        | 20,0 |                        |
| затрудняюсь ответить   | 0,0         | 0,0         | 0,0         | 6,7  |                        |

почтение источников маркетинговой информации связано с целым рядом переменных. Частота обращения за советом при покупке к друзьям тем больше, чем сильнее согласие с утверждениями: «Я доверяю себе в умении прогнозировать поступки других людей» ( $r=0,33$ ); «Я стараюсь тесно взаимодействовать с окружающим миром» ( $r=0,28$ ); «Другие люди слишком подозрительно относятся к происходящему вокруг» ( $r=0,28$ ). Вариант ответа «Просто иду в знакомый магазин» имеет отрицательную взаимосвязь с суждениями: «Окружающий мир является для меня источником опасности» ( $r=-0,34$ ); «Я доверяю себе в умении прогнозировать поступки других людей» ( $r=-0,30$ ); «Я стараюсь тесно взаимодействовать с окружающим миром» ( $r=-0,30$ ).

**Взаимосвязь психологической эффективности рекламы с персонажами и без них с доверием/недоверием личности миру, себе, другим людям.** С целью повышения психологической эффективности современная реклама использует персонажи, способные вызвать идентификацию и доверие потребителей. Однако можно предположить, что особенности доверия/недоверия личности другим людям могут оказывать влияние на ее отношение к рекламе с персонажами или без них. С целью проверки этого предположения в программу исследования была включена методика оценки психологической эффективности рекламы, содержащая следующие компоненты (Приложение 12):

1. Когнитивный компонент, оцениваемый по биполярным показателям:

- Непонятная / понятная;
- Привлекающая внимание / не привлекающая внимания;
- Оригинальная / неоригинальная;
- Сложная / простая;
- Запоминающаяся / не запоминающаяся;

2. Эмоциональный компонент. Для его оценки были выбраны следующие показатели:

- Притягивающая / отталкивающая;
- Огорчающая / радующая;
- Возбуждающая / успокаивающая;
- Хорошая / плохая;
- Враждебная / дружественная.

3. Поведенческий компонент оценивался при помощи шкал:

- Вызывающая желание приобрести / не вызывающая желания

приобрести товар.

4. Для оценки фактора идентификации были выбраны следующие показатели:

- Реалистичная / нереальная;
- Герои похожи на моих друзей / не похожи;
- Персонажи близки / не близки.

5. Отдельно оценивался показатель доверия рекламе:

- Вызывающая доверие / не вызывающая доверия.

Проведенный корреляционный анализ показал, что между компонентами доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям и отношением к рекламе с персонажами и без них существуют следующие взаимосвязи (таблица 2).

Так, показатель доверия личности себе в умении строить взаимоотношения с окружающим миром и другими людьми (Ф1), отрицательно коррелирует с показателем «привлекает внимание/ не привлекает внимания» и «запоминается/ не запоминается» в отношении к рекламе без персонажей. Это говорит о том, что людей, которые доверяют себе во взаимоотношениях с окружающими, меньше привлекают рекламные сообщения без персонажей. Анализ показывает, что чем выше данный показатель доверия себе, тем более реалистичной кажется реклама с персонажами, а ее персонажи более похожими на друзей.

Чем выше недоверие миру и людям как безответственным и несправедливым (Ф2), тем больше недоверия вызывает реклама без персонажей. Для рекламы с персонажами слабые отрицательные связи доверия рекламе существуют с другими факторами доверия личности (Ф1 и Ф3). Т.е. доверие личности себе и другим людям, а также недоверие миру и людям оказывают некоторое влияние на доверие/недоверие разным видам рекламы. Данный показатель недоверия личности также снижает оценки дружелюбности рекламы без персонажей.

Показатель доверия личности другим людям в умении сотрудничать и оказывать взаимопомощь (Ф3), отрицательно коррелирует с показателем, характеризующим рекламу с персонажами как «притягивающую/ отталкивающую». Мы можем говорить о том, что чем больше личность доверяет другим в их способности сотрудничать и оказывать взаимопомощь, тем более притягивающей для нее является реклама с персонажами. Кроме того, у людей с выраженным показателем доверия по этой шкале выше желание приобрести товар,

**Таблица 2.** Корреляционные взаимосвязи психологической эффективности рекламы с персонажами и без них и доверия/недоверия личности миру, себе, другим людям (Обозначения факторов доверия/недоверия: Ф1 – Доверие себе в умении строить взаимоотношения с окружающим миром и другими людьми; Ф2 – Недоверие другим людям как безответственным и несправедливым; Ф3 – Доверие другим людям в умении сотрудничать и оказывать взаимопомощь; Ф4 – Доверие себе в умении давать оценки и делать прогнозы; Ф5 – Недоверие миру и другим людям как опасным объектам)

| Оценки рекламного сообщения   | Ф 1   | Ф 2   | Ф 3   | Ф 4   | Ф 5   |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Реклама с персонажами</b>  |       |       |       |       |       |
| Вызывающая доверие/ не вызывающая доверия                                   | -0,15 |       | -0,16 |       |       |
| Притягивающая/отталкивающая   |       |       | -0,47 |       |       |
| Реалистичная/ нереальная  | -0,24 |       |       |       |       |
| Герои похожи на моих друзей/ не похожи на друзей                            | -0,30 |       |       |       |       |
| Непонятная/ понятная  |       |       |       | 0,31  |       |
| Сложная/ простая  |       |       |       | 0,25  |       |
| Враждебная/ дружественная   |       |       |       |       | -0,32 |
| Вызывающая желание приобрести товар/ не вызывающая желания приобрести товар |       |       | -0,25 |       |       |
| <b>Реклама без персонажей</b>   |       |       |       |       |       |
| Вызывающая доверие/ не вызывающая доверия                                   |       | 0,20  |       |       |       |
| Привлекающая внимание/ не привлекающая внимания                             | -0,35 |       |       |       |       |
| Запоминающаяся/ не запоминающаяся   | -0,28 |       |       |       |       |
| Непонятная/ понятная  |       |       |       | 0,39  |       |
| Реалистичная/ нереальная  |       |       |       | -0,25 |       |
| Враждебная/ дружественная   |       | -0,25 |       |       |       |

продвигаемый этой рекламой.

Показатель доверия личности себе в умении давать оценки, делать прогнозы (Ф4) положительно коррелирует с показателем «непонятная/понятная» и «сложная/простая», характеризующим как рекламу с персонажами, так и без персонажей. Это говорит о том, что чем выше

уровень доверия личности себе по этому показателю, тем более она уверена в своих когнитивных способностях и потому считает рекламные сообщения понятными и простыми. Эта особенность доверия личности также позволяет оценивать рекламу без персонажей как более реалистичную.

Показатель недоверия личности миру и другим людям как опасным объектам (Ф5) отрицательно коррелирует с показателем «дружественная/враждебная», характеризующим рекламу с персонажами. Т.е. чем сильнее человек воспринимает мир как опасный, тем более враждебной воспринимается реклама с персонажами. В отношении рекламы без персонажей данная связь не является выраженной ( $r=0,12$ ).

Для анализа взаимосвязи доверия рекламному сообщению и других показателей отношения к рекламе использовали корреляционный анализ. Он показал, что можно говорить о достаточно сильной положительной взаимосвязи компонентов фактора идентификации с уровнем доверия рекламе (таблица 3).

Положительная взаимосвязь показателей рекламы «персонажи близки/не близки» и «герои похожи на моих друзей/не похожи» с уровнем доверия к рекламе можно объяснить тем, что друзья для большинства людей являются значимыми другими, поэтому реклама, персонажи которой похожи на друзей или на других значимых людей, вызывает большее доверие. Таким образом, идентификация с персонажами рекламы действительно повышает ее психологическую эффективность. Положительная взаимосвязь показателя рекламы «реалистичная/нереальная» с уровнем доверия к рекламе говорит о том, что чем больше реклама приближена к реальной жизни, к реальным событиям и явлениям окружающего мира, тем больше дове-

**Таблица 3.** Взаимосвязь доверия рекламному сообщению с другими показателями отношения к рекламе

| Оценки рекламы   | Вызывающая доверие/<br>не вызывающая доверия |
|--|--|
| Реалистичная / нереальная  | 0,52   |
| Герои похожи на моих друзей / не похожи  | 0,61   |
| Персонажи близки /не близки  | 0,63   |
| Реалистичная/нереальная  | 0,52   |
| Вызывающая желание приобрести товар/<br>не вызывающая желания приобрести товар | 0,71   |



**Таблица 4.** Анализ взаимосвязи показателей идентификации с желанием приобрести рекламируемый товар

| Оценки рекламы                          | Вызывающая желание приобрести товар/<br>не вызывающая желания приобрести товар |
|---|--|
| Реалистичная /нереальная                | 0,28   |
| Герои похожи на моих друзей / не похожи | 0,56   |
| Персонажи близки / не близки            | 0,57   |

рия она будет вызывать у людей (таблица 3). Можно предположить, что абстрактная реклама будет менее эффективна. Анализ показал, что существует положительная взаимосвязь между уровнем доверия к рекламе с персонажами и желанием приобрести рекламируемый товар (таблица 3). Таким образом, доверие рекламному сообщению действительно выступает ключевым показателем психологической эффективности рекламы. В качестве дополнения приведем взаимосвязи между фактором идентификации и желанием приобрести рекламируемый товар (таблица 4).

Из таблицы 4 видно, что близость и похожесть персонажей рекламы положительно коррелирует с желанием приобрести рекламируемый товар. Следовательно, получил подтверждение тот факт, что чем больше человек идентифицирует себя с персонажами рекламы, тем больше у него доверия к данной рекламе и тем сильнее желание приобрести предполагаемый товар. Не случайно при создании рекламных сообщений этот фактор считается рекламодателями наиболее важным и способным привести к увеличению продаж.

Таким образом, представленное в данном параграфе исследование подтвердило предположение, что в доверии рекламе и другим источникам маркетинговой информации проявляются особенности доверия/недоверия личности миру, себе, окружающим людям. Установлено также, что особенности доверия/недоверия личности другим людям оказывают влияние на ее отношение к рекламе с персонажами или без них.

### **5.3 Взаимосвязь доверия/недоверия личности другим людям с доверием и недоверием рекламным персонажам**

Постановка проблемы. В основе исследования, представленного в данном параграфе, лежат два предположения. Во-первых, о том,

что доверие/недоверие рекламному персонажу есть частный случай доверия/недоверия личности другим людям. Во-вторых, о том, что ценностные ориентации личности связаны с доверием/недоверием личности другим людям и доверием или недоверием рекламному персонажу. Первое предположение может быть подтверждено, если будут получены доказательства того, что потребители воспринимают рекламных персонажей как партнеров по межличностному общению. Об этом может свидетельствовать персонификация рекламного персонажа, т.е. приписывание рекламным персонажам определенных черт характера. Ожидается, что ему, вызывающим доверие, потребители будут приписывать в основном положительные черты характера, а персонажам, вызывающим недоверие, – отрицательные. Доказательством того, что доверие/недоверие потребителей рекламным персонажам есть частный случай доверия/недоверия личности другим людям, может стать установление тесной связи критериев доверия/недоверия личности другим людям и показателей доверия и недоверия рекламному персонажу. Таким образом, целью данного этапа исследования является определение взаимосвязи доверия/недоверия личности другим людям с доверием и недоверием потребителей персонажам телевизионной рекламы. В соответствии с поставленной целью были сформулированы следующие задачи:

1. Эмпирически выявить персонажей телерекламы, которые вызывают доверие и недоверие участников исследования, а также определить личностные характеристики, приписываемые этим персонажам.
2. Систематизировать персонажей, вызывающих доверие и недоверие по группам на основании двух критериев: 1) половозрастные характеристики; 2) социальная роль. Оценить количественное соотношение полученных групп для персонажей, вызывающих и не вызывающих доверие потребителей.
3. Выявить типы доверия/недоверия личности другим людям и выявить особенности ценностных ориентаций у разных типов.
4. Определить особенности отношения к рекламным персонажам, вызывающим доверие и недоверие у представителей разных типов доверия/недоверия личности.

Выборка исследования, выполненного совместно с О. Беликовой и Ю. Рогожиной, включала 150 студентов московских вузов, в возрасте от 17 до 24 лет (мужчин и женщин – по 50%). Программа включала следующие методики:

1. Методика для оценки доверия и недоверия рекламным

персонажам (модификация методики оценки привлекательности-непривлекательности рекламных персонажей А.Б. Купрейченко и Л.А. Мининой) (Приложение 13). В используемом варианте методики оценивалось отношение респондента к вызывающим доверие и вызывающим недоверие рекламным персонажам. Затем определялись приписываемые респондентами личностные характеристики рекламных персонажей. На следующем этапе участники исследования оценивали личностные особенности каждого персонажа по специально подобранному шкалам семантического дифференциала.

2. Авторская методика оценки доверия/недоверия личности другим людям. В качестве основных показателей использовались средние значения по 6 симметричным шкалам доверия/недоверия (надежность, знание, приязнь, единство, расчет, недостатки) по отношению к двум категориям людей («человек, которому я доверяю больше всего» и «человек, который доверия не оправдал»). Кроме того, по каждой шкале доверия/недоверия рассчитывалась дельта ( $\Delta$ ) – разница показателей отношения к этим двум категориям людей.
3. Методика “Ценностные ориентации” М. Рокича, адаптированная В.А. Ядовым, А. Гоштаутасом и А.А. Семеновым, в модификации Д.А. Леонтьева. Для оценки значимости ценностей использовалась не ранговая шкала, а 5-балльная шкала интервалов. Это, на наш взгляд, позволяет получить дополнительную информацию об иерархии ценностных ориентаций личности, т.к. дает возможность участнику исследования поставить две и более ценности на одну ступень иерархии, что невозможно при использовании ранговой шкалы. Кроме того, такой прием позволяет выявить конкурирующие ценности и дает больше возможностей для статистического анализа.

### **Рекламные персонажи, вызывающие доверие и недоверие.**

В ходе опроса были названы 108 персонажей телевизионной рекламы, которые вызывают доверие, и 120 персонажей, которые вызывают недоверие респондентов. Следует отметить, что участникам исследования удалось вспомнить меньше рекламных персонажей, которые вызывают у них доверие. Для выявления наиболее популярных рекламных персонажей, вызывающих доверие и недоверие участников исследования, было посчитано количество упоминаний каждого персонажа в двух группах – «персонажи, вызывающие доверие»

и «персонажи, вызывающие недоверие». Затем в каждой группе персонажи были ранжированы по количеству упоминаний их участниками исследования. Среди персонажей, вызывающих доверие, студенты чаще всего называли девочку из рекламы сока “Моя семья” и веселого молочника из рекламы одноименных молочных продуктов. Среди персонажей, вызывающих недоверие студентов, явным лидером по количеству упоминаний является мужчина из рекламы стирального порошка “Тайд” (акция “Тайд или кипячение”), далее следует мужчина из рекламы средства для мытья посуды “АОС” и “Шеф” из рекламы сети магазинов электроники “Эльдорадо”. В целом можно сказать, что практически все персонажи, вызывающие доверие участников исследования, являются эмоционально привлекательными (забавными, добрыми), в то время как персонажи, вызывающие недоверие участников исследования, в основном вызывают негативные эмоции (слишком навязчивые, раздражающие, демонстрирующие ненадежность и лживость). Однако неясно, что является первичным – доверие к рекламному герою или его эмоциональная оценка потребителем. Доверяет ли потребитель рекламному герою, потому что тот ему нравится, или, наоборот, рекламный герой нравится потребителю, потому что вызывает доверие потребителя? Ответ на этот вопрос может быть неоднозначным и требует специального анализа.

Для разделения выявленных персонажей на группы по половозрастному и ролевому критерию использовали экспертные оценки. В качестве экспертов выступали 7 человек – менеджеры одного из московских рекламных агентств. При группировке персонажей по половозрастным характеристикам были получены следующие результаты. Из 108 персонажей, вызывающих доверие участников исследования, мужских образов насчитывается 64, женских – 12, детских – 25. В отдельную группу «Другое» были отнесены еще 7 вымышленных «антропоморфных» персонажей (животные, машины и т.п.)

Среди персонажей, вызывающих недоверие участников исследования, также лидируют мужчины. Из 120 персонажей, вызывающих недоверие участников исследования, мужских образов насчитывается 78, женских – 40. Два персонажа были отнесены в группу вымышленных персонажей. Количественное соотношение выделенных групп персонажей более наглядно представлено на диаграммах 1 и 2.

При делении персонажей по половозрастным характеристикам наиболее популярными как среди вызывающих доверие, так и среди вызывающих недоверие оказались персонажи-мужчины. Среди персонажей, вызывающих доверие у студентов, вторыми по популярности стали детские образы рекламных героев, а третьими – женские



**Диаграммы 1, 2.** Количественное соотношение групп рекламных персонажей, вызывающих доверие и недоверие студентов-участников исследования

образы. При этом очень важно отметить, что детских образов совсем не оказалось среди персонажей, вызывающих недоверие участников исследования, из чего можно заключить, что детские образы наиболее эффективны для формирования доверия потребителя к рекламному персонажу.

При группировке персонажей по ролевым признакам были получены следующие результаты. Из 108 персонажей, вызывающих доверие участников исследования, было выделено 8 персонажей, соответствующих роли «хозяин фирмы/продавец», 5 — «эксперт-профессионал», 2 — «звездный потребитель», 76 — «рядовой потребитель» и 17 вымышленных персонажей.

В числе 120 персонажей, которые вызывают недоверие участников исследования, было выделено 15 персонажей, соответствующих роли «хозяин фирмы/продавец», 35 — «эксперт-профессионал», 43 — «звездный потребитель», 25 — «рядовой потребитель» и 2 вымышленных персонажа. Количественное соотношение выделенных групп персонажей наглядное представлено на диаграммах 3 и 4.

Таким образом, при делении персонажей, вызывающих доверие участников исследования, по ролевым признакам явным лидером стал «рядовой потребитель». В группе же персонажей, вызывающих недоверие студентов, выделились три лидирующие позиции – персонажи в роли «звездного потребителя», «эксперта-профессионала» и «рядового потребителя».



**Диаграммы 3, 4.** Количественное соотношение выделенных по ролевым признакам групп рекламных персонажей, вызывающих доверие и недоверие участников исследования

Таблица 5. Черты характера персонажей, вызывающих доверие участников исследования

| Название шкалы  | Черты характера персонажа  | Количество упоминаний |
|---|--|-----------------------|
| Жизнерадостность –<br>Мрачность   | чувство юмора/самоирония/смешной/жизнерадостность/веселость/довольный<br>–   | 44<br>–               |
| Доброта/<br>взаимопомощь –<br>Агрессия  | добродушие/доброта/ чуткость/мягкосердечность/ мягкость/ласковость/способность любить/ заботливость/внимательность/отзывчивость/понимание<br>– | 37<br>–               |
| Коммуникабельность –<br>Некоммуникабельность  | раскрепощенность/открытость/непосредственность/прямота/общительность/коммуникабельность/приветливость/дружелюбие/желание быть на виду –        | 36                    |
|   | стеснительность  | 1                     |
| Хорошие манеры,<br>внешний вид,<br>естественность<br>поведения – Плохие<br>манеры, внешний вид,<br>неестественность | обаяние/галантность/сексуальность/чувство стиля/хороший внешний вид/чистоплотность/сдержанность/строгость –                                    | 35                    |
|   | нахальность/капризность  | 2                     |
| Нравственность –<br>Безнравственность   | правдивость/искренность/честность/ответственность/желание помочь/бескорытность/преданность –   | 34                    |
|   | лукавство/хитрость   | 4                     |
| Независимость –<br>Зависимость  | оригинальность/ независимость/свобода –  | 21                    |
|   | –  | –                     |
| Сила, смелость<br>– Слабость, трусость  | целеустремленность/ умение справиться с неприятностями/смелость/успешность/упорство –  | 13                    |
|   | ранимость/обидчивость/инфантильность/легкомысленность /слабовольность/доверчивость   | 8                     |
| Высокий интеллект –<br>Низкий интеллект   | сообразительность/интеллектуальность/смышленность/ум/любопытность/дотошность –   | 9                     |
|   | –  | –                     |
| Спокойствие –<br>Беспокойство   | спокойствие/умиротворенность –   | 2                     |
|   | легкость на подъем/непоседливость  | 2                     |
| Трудолюбие – Лень   | трудолюбие   | 2                     |
|   | –  | –                     |

**Личностные характеристики рекламных персонажей вызывающих доверие и недоверие респондентов.** В ходе опроса было названо 250 черт характера персонажей, вызывающих доверие (таблица 5) и 212 черт характера персонажей, вызывающих недоверие участников исследования (таблица 6). Был произведен подсчет упоминаний каждой черты характера, приписанной персонажам участниками исследования в двух группах – «Черты характера персонажей, вызывающих доверие» и «Черты характера персонажей, вызывающих недоверие». Затем в каждой группе синонимичные понятия были объединены в группы (шкалы), каждой из которых были даны названия. Полученные шкалы были ранжированы по сумме количества упоминаний каждой черты характера, входящей в шкалу.

Как и предполагалось, участники исследования приписывали персонажам, вызывающим доверие, в основном положительные личностные характеристики, а персонажам, вызывающим недоверие, – отрицательные. Практически все выделенные нами полярные шкалы разделились на два полюса – положительные черты по большей части приписывается рекламным героям, вызывающим доверие участников исследования, а отрицательные – персонажам, вызывающим недоверие участников исследования. Тем не менее нужно отметить, что среди характеристик, приписываемых персонажам, вызывающим доверие, есть характеристики, относящиеся к отрицательным полюсам таких шкал, как хорошие *манеры/внешний вид* – *плохие манеры/внешний вид*, *коммуникабельность* – *некоммуникабельность*, *интеллект* – *глупость*, *сила/смелость* – *слабость/трусость*. Также среди характеристик, приписываемых персонажам, вызывающим недоверие, есть характеристики, относящиеся к положительным полюсам таких шкал, как *коммуникабельность* – *некоммуникабельность*, *доброта/взаимопомощь* – *агрессия*, *сила/смелость* – *слабость/трусость*. Однако подобные личностные характеристики, “выбивающиеся” из общей картины, представлены, как правило, в единичных случаях упоминания. Кроме того, следует отметить еще одну особенность: были выделены две шкалы, которые в обеих группах персонажей представлены только положительным полюсом – *независимость* и *трудолюбие*.

Для персонажей, вызывающих доверие участников исследования, наиболее значимыми являются личностные черты, относящиеся к шкалам *жизнерадостность*, *доброта/взаимопомощь*, *хорошие манеры/внешний вид* и *естественность поведения*, а также *нравственность*. У персонажей, вызывающих недоверие участников исследования, прежде всего, отмечается низкая *нравственность*,



Таблица 6. Черты характера персонажей, вызывающих недоверие участников исследования

| Название шкалы   | Черты характера  | Количество упоминаний |
|--|--|-----------------------|
| Нравственность –<br>Безнравственность  | –<br>– лицемерие/неискренность/нечестность/двуличность/лживость/беспринципность/отсутствие высоких идеалов/безыдейность/склизкость/втирание в доверие/подлость/лизоблюдство/приспособленчество/расчетливость/корыстолюбие/практичность/хитрость/самовлюбленность/эгоистичность/                                  | –<br>75               |
| Хорошие манеры, внешний вид, естественность поведения – Плохие манеры, внешний вид, неестественность | –<br>– вульгарность/невоспитанность/дурной вкус/бесцеремонность/запущенный внешний вид/пивной алкоголизм/нахальность/наглость/снобизм/чувство превосходства/горделивость/показушность/трагикомизм/наигранность/излишняя бравада/хвастливость/закomплексованность/истеричность/склонность/стервозность/мелочность | –<br>50               |
| Высокий интеллект –<br>Низкий интеллект  | –<br>– глупость/бестолковость/недалекость/тупость  | –<br>40               |
| Коммуникабельность–<br>Некоммуникабельность  | удобство в общении/общительность<br>– навязчивость/утомительность/назойливость/настырность/любит давать советы не по теме/болтливость  | 2<br>21               |
| Доброта, взаимопомощь –<br>Агрессия  | заботливость –<br>– немотивированный гнев/неумение управлять подчиненными/вспыльчивость/жестокость/грубость  | 1<br>6                |
| Сила, смелость –<br>слабость, трусость   | целеустремленность –<br>– трусость/нерешительность/мнительность  | 1<br>6                |
| Независимость –<br>Зависимость   | самостоятельность/независимость/вольность –<br>–   | 4<br>–                |
| Жизнерадостность<br>– Мрачность  | –<br>– плохое чувство юмора  | –<br>1                |
| Спокойствие –<br>Беспокойство  | невозмутимость –<br>вертлявость  | 1<br>1                |
| Трудолюбие –<br>Лень   | трудолюбие<br>–  | 1<br>–                |

низкий *интеллект* и плохие *манеры, внешний вид и неестественность поведения*. Эти результаты, согласуются с результатами, полученными ранее и показывают, что доверие и недоверие имеют как схожие, так и различные критерии. В частности, жизнерадостность выступает наиболее частым критерием доверия рекламному персонажу, в то время как мрачность и угрюмость не являются высокозначимыми для недоверия.

Личностные свойства рекламных персонажей, вызывающих доверие и недоверие, оценивались также по 23 шкалам семантического дифференциала (Приложение 13). Были получены следующие обобщенные психологические портреты этих персонажей (таблица 7).

Анализ показал, что вызывающий доверие персонаж может быть описан как: близкий, свой, сторонник, единомышленник, защитник, практичный, нравственный, правдивый, дружественный, располагающий, увлеченный, добрый, надежный, приятный. В свою очередь, персонаж, вызывающий недоверие: далекий, чужой, противник, инакомыслящий, обидчик, безнравственный, лживый, враждебный, отталкивающий, ленивый, без чувства юмора, расчетливый, ненадежный, неприятный. Наибольшие различия оценок двух категорий персонажей выявлены по шкалам: Отталкивающий–Располагающий; Неприятный–Приятный; Чужой–Свой; Далекий–Близкий; Противник–Сторонник; Инакомыслящий–Единомышленник; Безнравственный–Нравственный; Лживый–Правдивый; Враждебный–Дружественный; Без чувства юмора–С чувством юмора. Данные показатели выступают критериями доверия/недоверия рекламным персонажам. Как можно видеть, они имеют много общего с выделенными критериями доверия/недоверия личности другим людям (глава 2), что согласуется с гипотезой нашего исследования.

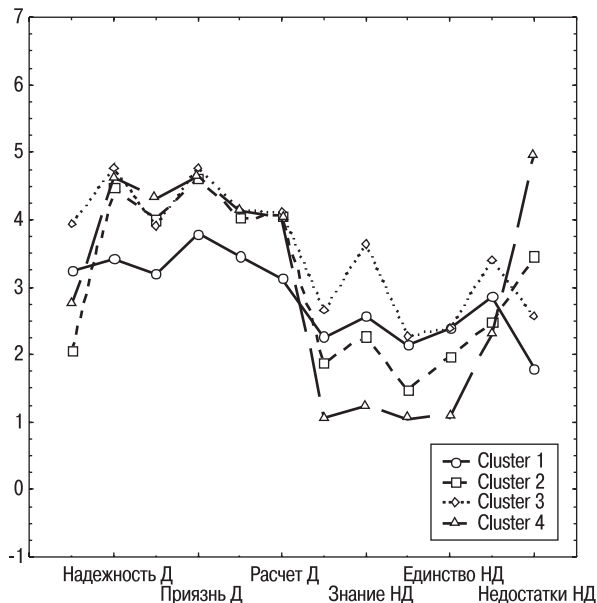
Критерии доверия и недоверия рекламным персонажам могут быть личностно обусловлены. Для проверки данного предположения было проведено сопоставление отношения к рекламным персонажам представителей различных личностных типов доверия/недоверия другим людям. Кроме того, анализировались особенности ценностных ориентаций различных типов.

**Типы доверия/недоверия личности другим людям и особенности их ценностных ориентаций.** Для определения преобладающих в выборке типов доверия личности другим людям был выполнен кластерный анализ и выделены 4 типа, различающиеся отношением к двум категориям людей – человеку, которому доверяют больше всего, и человеку, который доверия не оправдал: «Недифференцирующий,

**Таблица 7.** Оценки личностных качеств рекламных персонажей, вызывающих доверие и недоверие (N 150; полужирным шрифтом выделены оценки выше 4,5 баллов, курсивом – ниже 3,5 баллов)

| Показатели отношения по шкале от 1 до 7 баллов | Оценки персонажей, вызывающих доверие | Оценки персонажей, вызывающих недоверие |
|--|---------------------------------------|---|
| Далекий – Близкий                              | <b>5,18</b>                           | 2,03                                    |
| Чужой – Свой                                   | <b>5,20</b>                           | 2,09                                    |
| Бесхитростный – Хитрый                         | 3,52                                  | 3,84                                    |
| Противник – Сторонник                          | <b>5,32</b>                           | 2,71                                    |
| Инакомыслящий – Единомышленник                 | <b>4,96</b>                           | 2,67                                    |
| Покладистый – Упрямый                          | 4,01                                  | 3,93                                    |
| Обидчик – Защитник                             | <b>4,83</b>                           | 3,45                                    |
| Непрактичный – Практичный                      | <b>4,89</b>                           | 3,68                                    |
| Безнравственный – Нравственный                 | <b>5,02</b>                           | 3,20                                    |
| Лживый – Правдивый                             | <b>5,60</b>                           | 2,86                                    |
| Уступающий – Превосходящий                     | 4,63                                  | 3,58                                    |
| Враждебный – Дружественный                     | <b>5,83</b>                           | 3,30                                    |
| Отталкивающий – Располагающий                  | <b>6,05</b>                           | 2,46                                    |
| Глупый – Умный                                 | 4,06                                  | 4,05                                    |
| Ленивый – Трудолобивый                         | 4,46                                  | 3,45                                    |
| Слабый – Сильный                               | 3,98                                  | 3,87                                    |
| Равнодушный – Увлеченный                       | <b>5,40</b>                           | 3,94                                    |
| Злой – Добрый                                  | <b>5,79</b>                           | 3,91                                    |
| Без чувства юмора – С чувством юмора           | <b>5,52</b>                           | 3,22                                    |
| Простодушный – Расчетливый                     | 3,87                                  | <b>4,82</b>                             |
| Ненадежный – Надежный                          | <b>4,98</b>                           | 3,27                                    |
| Непредсказуемый – Предсказуемый                | 3,91                                  | 4,09                                    |
| Неприятный – Приятный                          | <b>6,07</b>                           | 2,59                                    |

непонимающий людей»; «Доверяющий на основании надежности и приязни»; «Понимающий людей»; «Сильно дифференцирующий людей» (рисунок 2).



**Рис. 2.** Типы доверия/недоверия личности другим людям на выборке студентов (N150).

В главе 4 проведен анализ характеристик типов, выделенных на данной выборке, и определены особенности ценностных ориентаций их представителей. Сопоставление ценностных ориентаций представителей различных типов показало, что между ними существуют выраженные отличия (параграф 4.4). Повторим основные результаты, необходимые для дальнейшего анализа. Тип 1 «Недифференцирующий, непонимающий людей» отличается самой слабой дифференциацией оцениваемых категорий людей (в описанной в параграфе 4.5 типологии это подтип 5.1). Для него характерны самые низкие оценки расчета в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и самые высокие оценки по этой шкале в отношениях с человеком, который доверия не оправдал. Особенностью типа 1 является предпочтение таких ценностей, как: здоровье, красота природы и искусства, свобода, широта взглядов. Можно предположить, что именно широта взглядов позволяет нейтрально оценивать как близких, так и далеких людей. Но можно также сделать вывод о том, что для данного типа окружающие люди, так же как и доверительные отношения, малозначимы. Вполне возможно, что у такого человека нет ни близких друзей, ни врагов.

Для типа 2 «Доверяющего на основании надежности и приязни» характерно противоречивое отношение к своей способности прогнозировать поведение партнера, не оправдавшего доверие. В то же время отношения доверия являются позитивными и непротиворечивыми. Наиболее значимые критерии доверия/недоверия для этого типа – надежность и приязнь. Этот тип высоко ценит здоровье, любовь, счастливую семейную жизнь, аккуратность, терпимость и чуткость. Для него характерны высокие показатели доверия близкому человеку. Отношение к человеку, который доверия не оправдал, занимает среднее положение среди остальных типов, что, вероятно, объясняется ценностью терпимости и чуткости.

Тип 3 «Понимающий людей» слабо дифференцирует свое отношение к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал; он уверен в своей способности прогнозировать поведение последнего, считая его довольно предсказуемым. Анализ показывает, что для типа 3 характерно наибольшее количество высокозначимых ценностей. По сравнению с другими типами для них более значимы активная деятельная жизнь, жизненная мудрость, познание, продуктивная жизнь, счастливая семейная жизнь, творчество, уверенность в себе, высокие запросы, образованность, ответственность, терпимость, эффективность в делах и чуткость. Такое количество высокозначимых ценностей можно объяснить высокой жизненной и социальной активностью, поиском своего места в этом мире, т.е. интенсивным самоопределением личности. Подобная жизненная позиция предполагает высокую значимость доверия как основы тесного взаимодействия с людьми. Этим объясняется высокие показатели, отношения к человеку, которому доверяют больше всего. Однако заинтересованность в контактах с широким кругом людей в сочетании со значимостью терпимости и чуткости позволяют этой личности также сохранять довольно хорошее отношение к человеку, который доверия не оправдал.

Тип 4 «Сильно дифференцирующий людей» отличается максимальной степенью дифференциации отношений к человеку, которому доверяет больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал, по всем сопоставимым шкалам. Интересно также, что тип 4 «Сильно дифференцирующий людей» весьма избирательно оценивает субъективную значимость ценностей. Большинство из них для него менее значимо, чем для других типов. Однако есть ценности, которые имеют особую значимость: свобода, счастье других, независимость, рационализм, смелость в отстаивании взглядов, твердая воля. Таким образом, и сами значимые ценности, и избирательность в их оценке

позволяет говорить о том, что для данного типа характерны не только полярные оценки окружающих людей, но также бескомпромиссность и безапелляционность поведения, оценок и суждений. Вероятно, для такой личности может быть характерна высокая требовательность и к себе. Не случайно один из подтипов данного типа (параграф 4.5) получил название «максималист».

**Отношение к рекламным персонажам, вызывающим доверие и недоверие, у представителей разных типов доверия/недоверия личности другим людям.** В ходе исследования было проведено сопоставление по шкалам семантического дифференциала оценок рекламных персонажей у 4 выделенных на данной выборке личностных типов доверия/недоверия. Оно показало, что отношение к рекламным персонажам имеет ряд выраженных особенностей у представителей разных типов (таблица 8).

Так, для типа 1 «Недифференцирующего, непонимающего людей» характерны наименее выраженные оценки как персонажей, вызывающих доверие, так и вызывающих недоверие. Среди всех типов у него самые низкие оценки персонажа, вызывающего доверие, по шкалам: близкий, свой, сторонник, правдивый, располагающий, добрый, имеющий чувство юмора, приятный (таблица 8). Кроме того, эти персонажи оцениваются скорее как глупые, чем умные, скорее слабые, чем сильные. *Т.е. отношение к персонажам, вызывающим доверие, у этого типа весьма сходно с его отношением к человеку, которому он доверяет больше всего. Оно такое же безразличное и отстраненное.* В отношении персонажей, вызывающих недоверие представителей типа 1, можно сказать, что по сравнению с другими типами более выражены следующие показатели отношения: покладистый, обидчик, враждебный, умный, расчетливый (таблица 9). *Такое сочетание свойств, позволяет сказать, что основным критерием недоверия для данного типа личности выступает оценка другого человека (реального или вымышленного) как представляющего опасность. Т.е. критерии доверия и недоверия другому человеку у представителей типа «Недифференцирующий, непонимающий людей» являются слабо выраженными и одновременно упрощенными.*

Отношение к рекламным персонажам, вызывающим доверие, у представителей типа 2 «Доверяющего на основании надежности и приязни» отличается большей выраженностью следующих свойств: нравственный, превосходящий, трудолюбивый, надежный, приятный (таблица 8). Т.е. налицо близость критериев доверия личности другим людям и критериев доверия рекламным персонажам. *Вымышленные герои рекламных роликов воспринимаются не просто как партнеры*

**Таблица 8.** Отношение к рекламным персонажам, вызывающим доверие, у разных типов доверия/недоверия личности другим людям (полужирным шрифтом выделены наибольшие значения, курсивом – наименьшие)

| Показатели отношения по шкале от 1 до 7 баллов | Тип 1 | Тип 2       | Тип 3       | Тип 4       | Значимость различий между типами                       |
|--|-------|-------------|-------------|-------------|--|
| Далекий – Близкий                              | 4,78  | 5,27        | 5,29        | 5,50        | Между 1 и 2,3,4; $p<0,08$                              |
| Чужой – Свой                                   | 4,82  | 5,14        | 5,38        | <b>5,66</b> | Между 4 и 1,2,3; $p<0,07$                              |
| Бесхитрый – Хитрый                             | 3,87  | 3,59        | 3,58        | 2,66        | Между 4 и 1,2,3; $p<0,003$                             |
| Противник – Сторонник                          | 4,90  | 5,26        | 5,50        | <b>5,87</b> | Между 1 и 3,4; $p<0,01$ ;<br>Между 2 и 4; $p=0,05$     |
| Инакомыслящий – Единомышленник                 | 4,67  | 5,04        | 4,99        | <b>5,25</b> | –  |
| Покладистый – Упрямый                          | 4,03  | 3,93        | 3,88        | 4,43        | –  |
| Обидчик – Защитник                             | 4,76  | 4,96        | 4,64        | <b>5,07</b> | Между 3 и 4; $p=0,06$                                  |
| Непрактичный – Практичный                      | 4,53  | 5,16        | 4,55        | <b>5,60</b> | Между 1,3 и 2,4; $p<0,03$                              |
| Безнравственный – Нравственный                 | 4,86  | <b>5,40</b> | 4,71        | 5,10        | Между 2 и 1,3; $p<0,07$                                |
| Лживый – Правдивый                             | 5,10  | 5,57        | 5,81        | <b>6,14</b> | Между 4 и 1–3; $p<0,08$ ;<br>Между 1 и 3; $p=0,007$    |
| Уступающий – Превосходящий                     | 4,50  | <b>4,87</b> | 4,68        | 4,27        | Между 2 и 4; $p=0,05$                                  |
| Враждебный – Дружественный                     | 5,51  | 5,44        | <b>6,43</b> | <b>6,11</b> | Между 3 и 1,2; $p<0,0001$ ;<br>Между 2 и 3,4; $p<0,03$ |
| Отталкивающий – Располагающий                  | 5,72  | 5,77        | <b>6,57</b> | <b>6,27</b> | Между 3,4 и 1,2; $p<0,005$ ;<br>Между 3 и 4; $p=0,07$  |
| Глупый – Умный                                 | 3,46  | 3,36        | <b>5,34</b> | 4,14        | Между 1,2 и 3,4; $p<0,04$ ;<br>Между 3 и 4; $p<0,002$  |





**Таблица 9.** Отношение к рекламным персонажам, вызывающим недоверие, у разных типов доверия/недоверия личности другим людям (полу жирным шрифтом выделены наибольшие значения, курсивом – наименьшие)

| Показатели отношения по шкале от 1 до 7 баллов | Тип 1       | Тип 2       | Тип 3 | Тип 4       | Значимость различий между типами                         |
|--|-------------|-------------|-------|-------------|--|
| Далекий – Близкий                              | 2,14        | 2,35        | 1,40  | 2,36        | Между 3 и 1,2,4; $p < 0,0001$                            |
| Чужой – Свой                                   | 2,26        | 2,37        | 1,52  | 2,27        | Между 3 и 1,2,4; $p < 0,003$                             |
| Бесхитростный – Хитрый                         | 3,48        | <b>4,43</b> | 3,65  | 3,56        | Между 2 и 1,4; $p < 0,01$                                |
| Противник – Сторонник                          | 2,79        | 3,02        | 2,14  | 2,97        | Между 3 и 1,2,4; $p < 0,01$ ;                            |
| Инакомыслящий – Единomyшленник                 | 2,92        | 2,74        | 2,30  | 2,75        | Между 3 и 1,2; $p < 0,04$                                |
| Покладистый – Упрямый                          | 3,52        | 4,13        | 3,75  | <b>4,52</b> | Между 4 и 1,3; $p < 0,01$ ;<br>Между 1 и 2; $p = 0,08$   |
| Обидчик – Защитник                             | 3,00        | 3,45        | 3,73  | 3,65        | Между 1 и 3,4; $p < 0,01$                                |
| Непрактичный – Практичный                      | 4,37        | 3,38        | 4,01  | 2,45        | Между 1 и 2–4; $p < 0,01$                                |
| Безнравственный – Нравственный                 | 3,65        | 3,30        | 2,79  | 2,90        | Между 3 и 1,2; $p < 0,07$ ;<br>Между 1 и 4; $p = 0,01$   |
| Лживый – Правдивый                             | 3,23        | 3,06        | 2,13  | 3,15        | Между 3 и 1,2,4; $p < 0,0001$                            |
| Уступающий – Превосходящий                     | 3,87        | 3,45        | 3,48  | 3,47        | –  |
| Враждебный – Дружественный                     | 3,15        | 3,69        | 2,98  | 3,36        | Между 2 и 1,3; $p < 0,07$                                |
| Отгадывающий – Располагающий                   | 3,06        | 2,56        | 1,76  | 2,52        | Между 3 и 1,2,4; $p < 0,007$                             |
| Глупый – Умный                                 | <b>4,74</b> | 4,43        | 3,00  | 3,97        | Между 3 и 1,2,4; $p < 0,05$ ;<br>Между 1 и 4; $p = 0,07$ |
| Ленивый – Трудолюбивый                         | 3,67        | 3,29        | 3,58  | 3,11        | Между 1 и 4; $p = 0,08$                                  |



по общению, а как потенциальные партнеры по совместной деятельности (нравственные, надежные, трудолюбивые и т.д.). Кроме того, у представителей типа 2, так же как типов 3 и 4, довольно выражены оценки персонажей, вызывающих доверие, по шкалам: близкий, добрый, с чувством юмора (таблица 8). Отношение к персонажам, вызывающим недоверие, у представителей типа «Доверяющего на основании надежности и приязни» наиболее выражено при оценке свойств: хитрый и расчетливый (таблица 9). Т.е. тех качеств другого человека, которые способны *затруднить взаимодействие с ним*.

Для типа 3 «Понимающего людей» характерны наиболее высокие оценки следующих свойств персонажей, вызывающих доверие: дружелюбный, располагающий, умный, сильный, увлеченный, с чувством юмора, приятный (таблица 8). Можно сказать, что эти критерии доверия – менее инструментальные, чем у других типов, и в них просматривается интерес к другому человеку как самобытной, заслуживающей уважения и понимания личности. В этом интересе нет ожидания какой-либо выгоды для себя от взаимодействия. Для представителей данного типа характерно отношение к другому человеку в первую очередь как к объекту познания. Интересно, что отношение к персонажам, вызывающим недоверие, у представителей типа 3 наиболее негативно среди всех типов (таблица 9). Они оцениваются как далекие, чужие, противники, инакомыслящие, безнравственные, лживые, отталкивающие, глупые, слабые, неприятные. Таким образом, только подобное *сочетание негативных характеристик способно вызвать недоверие* у типа «Понимающего людей».

Отношение к рекламным персонажам, вызывающим доверие, у представителей типа 4 «Сильно дифференцирующего людей» имеет высокую выраженность в оценке следующих свойств: свой, сторонник, единомышленник, защитник, практичный, правдивый, дружелюбный, располагающий, добрый, приятный (таблица 8). Действительно, для личности с *дихотомическим, поляризованным восприятием окружающего мира, наиболее значимыми свойствами другого человека является принадлежность его к кругу «своих» и способность защититься от враждебного окружения*. Персонажи рекламы, вызывающие недоверие этого типа, отличаются следующими свойствами: упрямый, непрактичный, ленивый, сильный, увлеченный (таблица 9). Т.е. *представители типа 4 – «Сильно дифференцирующий людей» – довольно требовательны к чужим людям (как к реальным, так и к вымышленным персонажам) и нетерпимы к их качествам, способным осложнить взаимодействие. Так, например, сила и увлеченность чужого человека могут снизить шансы на успех в соревновании с ним*.

Таким образом, проведенное исследование подтвердило предположение о существовании взаимосвязи доверия и недоверия рекламным персонажам с личностными особенностями доверия/недоверия другим людям. Можно сказать, что отношение личности к рекламным персонажам имеет схожие черты с ее отношением к другим людям.

#### **5.4. Роль доверия в формировании отношении потребителей к женскому рекламному образу**

---

**Постановка проблемы.** Реклама может передавать и передает информацию не только о товарах, изделиях, услугах, рынках, но и о социальных, политических и других типах отношений в обществе, в том числе о взаимоотношениях мужчин и женщин. Реклама – это своеобразный «конвейер» по производству смыслов, символов и кодов, которые затем берутся на вооружение в реальной жизни как пример для подражания. Однако при этом следует учитывать, что реклама все-таки – лишь «канал репрезентаций», она создает некий продукт, порожаемый идеологией общества. Таким образом, общество формирует рекламу, а реклама формирует общественное мнение.

Реклама закрепляет в массовом сознании определенные нормы поведения и определенные гендерные стереотипы. Следовательно, образы, создаваемые рекламой, взаимосвязаны с гендерными стереотипами общества. В этой работе мы подразумеваем, что образ восприятия – отражение в субъективном плане реальных объектов, с которыми взаимодействует деятельный субъект и их свойств. При учете вышесказанного, исследование представлений о женщине в рекламе может помочь в изучении отношения к женщине в обществе. **Целью** исследования является выявление характеристик рекламного женского образа и определение роли доверия в отношении к нему.

**Объектом** эмпирического исследования, выполненного совместно с А. Лейкиной, являются студенты московских вузов. Выборка составила 88 человек, из них 44 юноши и 44 девушки – студенты гуманитарных факультетов в возрасте от 18 до 23 лет.

Исходя из цели работы, были поставлены следующие **задачи**:

1. Выявить характеристики идеального женского рекламного образа;
2. Определить роль доверия в отношении к идеальному женскому образу в рекламе;
3. Проанализировать различия в оценках мужчинами и женщинами женских рекламных образов;

4. Выявить взаимосвязь маскулинности–фемининности респондентов и оценок женских рекламных образов;
5. Сопоставить характеристики идеального рекламного женского образа и реальных рекламных женских образов 1996, 1998, 2002 и 2004 гг.

В исследовании были использованы следующие **методики**:

1. Для оценки характеристик реального и идеального рекламных образов использовалась методика «Образ женщины» А.Б. Купрейченко и А. Лейкиной — опросник, состоящий из 16 пар прилагательных, подобранных по словарю антонимов (Приложение 14). Для оценки реального рекламного женского образа в качестве стимульного материала использовались 20 женских рекламных фотографий из «женских» и «мужских» журналов 1996, 1998, 2004 и 2002 гг. При помощи экспертов из печатных изданий соответствующих годов были отобраны по пять наиболее типичных образов для каждого года.

2. Для анализа значимости доверия в отношении к идеальному рекламному женскому образу применялась методика оценки доверия/недоверия личности другим людям А.Б. Купрейченко (Приложение 8). В используемой модификации инструкция предлагала оценить свое отношение к идеальному женскому образу по 5 шкалам доверия: Надежность, Знание, Приязнь, Единство и Расчет.

3. Для оценки гендерной идентичности были использованы методика «Мужественность и женственность» Г. Вильсона и методика «Измерение гендерной идентичности» С. Бэм, адаптированная В.А. Лабунской и М.В. Бураковой.

Данные эмпирического исследования обработаны и проанализированы с использованием математико-статистических методов: **U-критерия Манна–Уитни** для выявления различий в предпочтениях мужчин и женщин; **G-критерия знаков для выявления отсутствия/наличия динамики** реального рекламного образа и различий между характеристиками реального и идеального рекламных женских образов; корреляционного анализа для выявления связи между маскулинностью, фемининностью, андронгинностью и представлениями потребителей о женском рекламном образе; факторного и кластерного анализа.

**Идеальный женский рекламный образ.** Частотный анализ показал, что у респондентов существуют некоторые общие представления о том, какой должна быть идеальная женщина в рекламе. В таблице 10 представлены характеристики ее образа по 16 анализируемым показателям.

Таблица 10. Идеальный женский рекламный образ

| Характеристики                  | Среднее |
|---------------------------------|---------|
| Боязливая – Храбрая             | 3,84    |
| Добрая – Злая                   | 2,21    |
| Женственная – Мужественная      | 2,07    |
| Зависимая – Свободная           | 3,78    |
| Эмоциональная – Рациональная    | 2,60    |
| Мягкая – Неуступчивая           | 2,90    |
| Мягкосердечная – Чёрствая       | 2,60    |
| Нежная – Грубая                 | 2,13    |
| Привлекательная – Отталкивающая | 1,43    |
| Приятная – Неприятная           | 1,37    |
| Покорная – Строптивая           | 3,11    |
| Слабая – Сильная                | 3,64    |
| Спокойная – Тревожная           | 2,35    |
| Чувствительная – Бесчувственная | 2,15    |
| Энергичная – Пассивная          | 1,67    |
| Броская – Невзрачная            | 1,79    |

По мнению респондентов, идеальная женщина, образ которой используется в рекламе, должна быть: привлекательной, приятной, броской и энергичной, а, кроме того, довольно храброй, свободной, сильной. В то же время она должна быть доброй, женственной, нежной, спокойной и чувствительной. Подобное представление о женщине является довольно типичным для нашей культуры и соответствует требованиям, предъявляемым к женщине и ее социальным ролям современными условиями существования российского общества. Реклама как продукт массовой культуры является отражением действительности. Точность отражения зависит от четкости представлений рекламистов о предпочитаемых потребителями образах и существующих в обществе тенденциях изменений социальных представлений и стереотипов (в частности, о женщине и ее социальных ролях). В то же время реклама воплощает идеалы и выполняет социальный заказ вполне определенных социальных групп (создателей рекламы, производителей товаров и услуг и т.д.).

Возникает вопрос — какие же основные личностные качества рекламного персонажа оказывают влияние на его оценку потребителями? С целью их выявления был проведен факторный анализ, который позволил описать следующие 5 факторов оценки идеального женского рекламного образа, объясняющих 63% дисперсии.

Первый фактор объясняет 28% дисперсии и включает в себя следующие характеристики: «Боязливая-Храбрая» (-0,75); «Слабая-Сильная» (-0,82). Этот фактор был назван «Храбрость и сила».

Второй фактор объясняет 14% дисперсии и включает в себя следующие характеристики: «Женственная-Мужественная» (0,73); «Привлекательная-Отталкивающая» (0,78); «Приятная-Неприятная» (0,78). Этот фактор получил название «Женственность и притягательность».

Третий фактор объясняет 8% дисперсии и включает в себя следующую характеристику: «Эмоциональная-Рациональная» (0,79). Этот фактор получил название «Эмоциональность».

Четвертый фактор объясняет 8% дисперсии и включает в себя следующие характеристики: «Зависимая-Свободная» (0,70); «Покорная-Строптивая» (0,80). Фактор был назван «Независимость и строптивость».

Пятый фактор объясняет 6% дисперсии и включает в себя следующую характеристику: «Добрая-Злая» (0,80). Фактор был проинтерпретирован как «Доброта».

Таким образом, при оценке идеального рекламного женского образа значимыми являются следующие факторы: «Храбрость и сила», «Женственность и притягательность», «Эмоциональность», «Независимость и строптивость», «Доброта». Как следует из анализа фактора № 2, для значительной части респондентов привлекательность и притягательность идеального рекламного женского образа связана с женственностью. Коэффициенты корреляции между этими показателями — в диапазоне 0,30–0,40.

На оценку идеального женского рекламного образа, несомненно, оказывают влияние личностные особенности респондентов. В контексте нашего исследования наиболее интересен анализ влияния гендерной идентичности.

**Взаимосвязь гендерной идентичности и восприятия идеального женского рекламного образа.** В ходе корреляционного анализа выявлены следующие взаимосвязи показателей «Маскулинности–Фемининности», «Традиционализма-Феминизма» и «Андрогинности» с оценками женских рекламных образов. Установлено, что чем

более фемининен респондент, тем выше он оценивает идеальный рекламный женский образ по переменной «Боязливая–Храбрая», т.е. оценивает его как более храбрый ( $r=0,36$ ;  $p=0,04$ ). Обратная зависимость существует с переменной «Энергичная–Пассивная» ( $r=-0,37$ ;  $p=0,03$ ). Чем больше фемининность, тем более энергичным оценивается образ. А более маскулинные респонденты оценивают идеальный рекламный женский образ как более боязливый и более пассивный. Переменная «Традиционализм–Феминизм» отрицательно взаимосвязана с такой переменной оценки идеального рекламного образа, как «Женственность–Мужественность» ( $r=-2,87$ ;  $p=0,007$ ). Чем больше выражен феминизм, тем меньше оценки по этой переменной. Т.е. более феминистичный респондент предпочитает менее мужественный идеальный женский рекламный образ. Выявлена также взаимосвязь между показателями «Андрогинность» и оценками респондентов по шкалам «Боязливая–Храбрая» ( $r=0,28$ ;  $p=0,009$ ) и «Энергичная–Пассивная» ( $r=-0,28$ ;  $p=0,009$ ). Это означает, что андрогинные респонденты предпочитают более энергичные и храбрые женские рекламные образы.

Следующей задачей нашего исследования выступал анализ роли доверия к рекламному персонажу. Для этого необходимо было оценить выраженность отдельных составляющих доверия в отношении к идеальному женскому образу. Кроме того, мы предположили, что существуют различные личностные типы доверия рекламным персонажам, которые будут различаться по своему представлению об идеальном женском рекламном образе.

**Характеристики идеального рекламного женского образа у представителей различных типов доверия к нему.** Для построения типологии доверия идеальному женскому рекламному образу был проведен кластерный анализ по методу К-средних. Выделено 5 типов доверия идеальному рекламному женскому образу, оцениваемого по пяти шкалам: надежность, знание, приязнь, единство и расчет.

Для респондентов первого типа отношение к идеальному рекламному женскому образу основывается на приязни. Респонденты второго типа строят доверие рекламному образу на основе расчета, приязни, знания и надежности. Для респондентов третьего типа значимы все пять шкал доверия. Четвертый тип респондентов отношение к рекламному женскому образу основывает исключительно на расчете. Пятый тип респондентов в своем отношении к идеальному рекламному женскому образу опирается, в первую очередь, на единство, приязнь и знание.



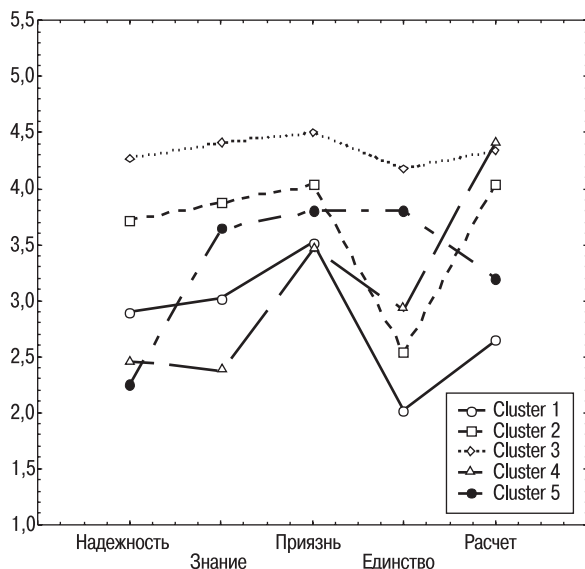


Рис. 3. Типы доверия идеальному женскому рекламному образу.

Анализ данных позволил выявить следующие **характеристики идеального рекламного женского образа для каждого из типов**. Для выявления особенностей женского рекламного образа было проведено сравнение данных по критерию Манна–Уитни (таблица 11). Кроме того, мы провели сопоставление половой и гендерной принадлежности представителей каждого типа.

Полученные данные позволили составить следующие описания особенностей отношения к идеальному женскому образу представительниц каждого типа.

**Тип 1.** Отношение к идеальному рекламному женскому образу определяет только приязнь. Самые низкие оценки единства с идеальным рекламным персонажем. Идеальная рекламная женщина должна быть зависимой, грубой, строптивой и броской. Поскольку к этому типу относятся в основном мужчины – 14 мужчин и 6 женщин (4 – андрогинны, 2 – фемининны), то вполне можно допустить, что им нравятся «стервы» на экране. В то же время в их отношении к рекламному женскому образу вносят свою лепту ролевые стереотипы, которые проявляются в выраженности такого качества, как зависимость. Подобные характеристики идеального женского образа, а также незначимость многих оснований доверия в отношении к нему

**Таблица 11.** Характеристики идеального женского рекламного образа у представителей разных типов доверия к нему

|                            | Тип 1 | Тип 2 | Тип 3 | Тип 4 | Тип 5 | Значимые различия между типами  |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|---|
| Женственная – Мужественная | 2,35  | 1,78  | 1,87  | 2,17  | 2,60  | Между 2 и 5 – $U=63$ ; $Z=-2,04$ ; $p=0,04$ .<br>Между 3 и 5 – $U=63,5$ ; $Z=-2,02$ ; $p=0,04$ .    |
| Зависимая – Свободная      | 3,35  | 4,13  | 3,78  | 3,58  | 4,10  | Между 1 и 2 – $U=147,5$ ; $Z=-2,01$ ; $p=0,04$ .  |
| Нежная – Грубая            | 2,50  | 2,22  | 1,74  | 2,17  | 2,10  | Между 1 и 3 – $U=149$ ; $Z=1,97$ ; $p=0,05$ .<br>Между 2 и 3 – $U=172$ ; $Z=2,03$ ; $p=0,04$ .      |
| Покорная – Строптивая      | 3,25  | 3,39  | 2,43  | 3,17  | 3,70  | Между 1 и 3 – $U=149,5$ ; $Z=1,97$ ; $p=0,05$ .<br>Между 2 и 3 – $U=133,5$ ; $Z=2,89$ ; $p=0,003$ . |
| Слабая – Сильная           | 3,60  | 3,78  | 3,91  | 3,00  | 3,60  | Между 2 и 4 – $U=81$ ; $Z=1,98$ ; $p=0,05$ .<br>Между 3 и 4 – $U=75$ ; $Z=2,19$ ; $p=0,03$ .        |
| Броская – Невзрачная       | 1,65  | 1,52  | 1,78  | 2,50  | 1,90  | Между 1 и 4 – $U=67$ ; $Z=-2,06$ ; $p=0,04$ .<br>Между 2 и 4 – $U=72,5$ ; $Z=-2,27$ ; $p=0,02$ .    |

позволяет предположить, что для представителей этого типа ведущая функция рекламы – развлекательная.

**Тип 2.** Отношение к рекламному образу строится на основе расчёта, приязни, предсказуемости и надёжности. Оценки единства ниже всех остальных показателей. Идеальная рекламная женщина должна быть женственной, свободной, грубой, стропливой, сильной, броской. Представителями типа в нашей выборке являются 9 мужчин (3 маскулинных, 6 андрогинных) и 14 женщин (5 маскулинных и гипермаскулинных, 7 фемининных и гиперфемининных, 4 андро-

гинных). Женщина женственная, но сильная и свободная воплощает нетрадиционное распределение ролей. Поскольку в отношении представителей этого типа к идеальному рекламному образу преобладают расчет, надежность, предсказуемость и приязнь, можно предположить, что такая женщина — надежна, заботится о своей репутации, женственна и красива. Т.е. это образ современной деловой женщины, привлекательной, но не близкой. В целом доверие выступает значимым фактором отношения к рекламному образу для представителей этого типа. Для них реклама одновременно и источник достоверной информации, и развлечение.

**Тип 3.** Все показатели доверия весьма значимы для представителей этого типа (на уровне 4,2–4,5 баллов по всем пяти шкалам). Можно предположить, что для них реклама важна и как источник информации, и как развлечение, и как общение. Для представителей типа 3 одним из ведущих механизмов доверия рекламному персонажу является идентификация. Об этом свидетельствуют самые высокие среди всех типов показатели по шкале единство. Идеальная рекламная женщина должна быть: женственной, нежной, покорной, но сильной. К этому типу относятся 10 мужчин (5 андрогинных, 5 маскулинных и гипермаскулинных) и 13 женщин (из них 9 — андрогинны). Значительный процент последних согласуется с высоким показателем единства с идеальным рекламным образом. Для этого типа идеальный рекламный женский образ — андрогинная женщина. Маскулинным и гипермаскулинным мужчинам такой образ, видимо, тоже близок.

**Тип 4.** Отношение к рекламному женскому образу строится исключительно на основе расчета. К нему относятся 5 мужчин и 7 женщин. Важно, что среди представителей этого типа нет ни одного фемининного и гиперфемининного. Идеальная рекламная женщина должна быть: слабой и невзрачной. Возможно, в этом проявляется стремление к естественным образам в рекламе. Рекламный персонаж воспринимается не как развлечение, не как партнер по общению, а только как источник достоверной информации.

**Тип 5.** Отношение к рекламному женскому образу основывается на единстве, приязни и знании. К нему относятся 4 мужчины и 6 женщин. Основное отличие типа 5 от представителей других типов заключается в том, что, по их мнению, идеальная рекламная женщина должна быть мужественной. Можно предположить, что поскольку большая часть респондентов, относящихся к этому типу, — маскулинные женщины и мужчины, а отношение к рекламному образу они строят на приязни, предсказуемости и единстве, то здесь действует механизм идентификации с рекламным образом. Такое отношение

позволяет предположить, что для представителей этого типа образ женщины в рекламе в наибольшей степени – образ идеального партнера по взаимодействию. Информативная и развлекательная функция рекламы для таких людей не являются ведущими.

В ходе исследования анализировались не только представления об идеальном женском рекламном образе, но и оценивалось восприятие респондентами реальных женских образов в рекламе. Результаты этого анализа представлены ниже.

**Некоторые тенденции динамики образа женщины в рекламе в период 1996 – 2004 гг.** В результате сопоставления образцов рекламы 1996, 1998, 2002 и 2004 гг. были выявлены следующие их особенности, которые можно интерпретировать как динамику образа женщины в современной российской рекламе. Для этого первичные данные методики «Образ женщины» были обработаны при помощи **G-критерия** знаков. Полученные результаты приведены в таблице 12.

Анализ динамики показал, что рекламный тип женщины 1996 г. по сравнению с рекламным типом других годов можно описать как наименее чувствительный, малопривлекательный, наименее приятный и спокойный, малоэмоциональный, довольно свободный, сильный, неуступчивый и строптивый.

Женский рекламный тип женщины 1998 г. (по сравнению с типом 1996 г.) можно оценить как более привлекательный и более приятный, но также более пассивный, покорный, чувствительный, более спокойный, слабый, боязливый и менее свободный.

Женский рекламный тип женщины 2002 г. (по сравнению с предыдущими годами) можно оценить как наиболее привлекательный, женственный, приятный и нежный, покорный, эмоциональный, чувствительный, спокойный и более храбрый.

Женский рекламный тип женщины 2004 г., на основании полученных данных можно описать следующим образом: менее привлекательный и приятный, чем образ 2002 г., менее нежный, добрый и эмоциональный, менее женственный и мягкий, чем образы 1998 и 2002 гг. По этим показателям он ближе к образу 1996 г. Так же как и образ 1996 года, он наиболее броский, строптивый, сильный, храбрый, но более спокойный.

**Различия между идеальным рекламным женским образом и реальными рекламными женскими образами 1996–2004 гг.** Для того чтобы оценить, насколько образы женщин в современной российской рекламе соответствуют идеалу, необходимо провести сравнение представлений респондентов об идеальном и реальных женских рек-

**Таблица 12.** Различия характеристик рекламных женских образов 1996, 1998, 2002 и 2004 гг.

| Характеристики                  | 1996 | 1998 | 2002 | 2004 | Значимые различия  |
|---------------------------------|------|------|------|------|--|
| Боязливая – Храбрая             | 3,49 | 2,97 | 3,29 | 3,55 | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=3,59$ ; $p=0,0003$<br>1998 и 2002 гг. $Z=2,07$ ; $p=0,037$<br>1998 и 2004 гг. $Z=3,47$ ; $p=0,0005$<br>2002 и 2004 гг. $Z=2,65$ ; $p=0,008$  |
| Добрая – Злая                   | 2,72 | 2,35 | 2,36 | 2,64 | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=3,08$ ; $p=0,002$<br>1996 и 2002 гг. $Z=2,94$ ; $p=0,003$<br>1998 и 2004 гг. $Z=2$ ; $p=0,046$<br>2002 и 2004 гг. $Z=3,2$ ; $p=0,0014$   |
| Женственная – Мужественная      | 2,37 | 2,02 | 1,71 | 2,28 | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=2,55$ ; $p=0,011$<br>1996 и 2002 гг. $Z=3,85$ ; $p=0,0001$<br>1998 и 2002 гг. $Z=3,33$ ; $p=0,0009$<br>2002 и 2004 гг. $Z=3,3$ ; $p=0,0009$  |
| Зависимая – Свободная           | 3,47 | 3,17 | 3,27 | 3,67 | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=2$ ; $p=0,046$<br>1998 и 2004 гг. $Z=3,97$ ; $p=0,00007$<br>2002 и 2004 гг. $Z=2,74$ ; $p=0,0062$  |
| Эмоциональная – Рациональная    | 2,66 | 2,61 | 2,59 | 2,76 | Между образами:<br>2002 и 2004 гг. $Z=2,31$ ; $p=0,021$  |
| Мягкая – Неуступчивая           | 3,03 | 2,75 | 2,73 | 2,97 | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=2,008$ ; $p=0,045$<br>2002 и 2004 гг. $Z=2,8$ ; $p=0,005$  |
| Мягкосердечная – Черствая       | 2,68 | 2,49 | 2,45 | 2,7  | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=2,55$ ; $p=0,011$<br>1996 и 2002 гг. $Z=2,25$ ; $p=0,025$  |
| Нежная – Грубая                 | 2,54 | 2,28 | 1,98 | 2,34 | Между образами:<br>1996 и 2002 гг. $Z=3,71$ ; $p=0,0002$<br>1996 и 2004 гг. $Z=2,08$ ; $p=0,038$<br>1998 и 2002 гг. $Z=2,46$ ; $p=0,014$<br>2002 и 2004 гг. $Z=2,25$ ; $p=0,025$   |
| Привлекательная – Отталкивающая | 2,45 | 2,19 | 1,58 | 2,08 | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=2,08$ ; $p=0,038$<br>1996 и 2002 гг. $Z=5,029$ ; $p=0,00001$<br>1996 и 2004 гг. $Z=2,37$ ; $p=0,018$<br>1998 и 2002 гг. $Z=4,23$ ; $p=0,000023$<br>2002 и 2004 гг. $Z=2,94$ ; $p=0,0032$ |

|                                    |      |      |      |      |  |
|------------------------------------|------|------|------|------|--|
| Приятная –<br>Неприятная           | 2,45 | 2,19 | 1,72 | 2,17 | Между образами:<br>1996 и 2002 гг. $Z=4,35$ ; $p=0,000014$<br>1996 и 2004 гг. $Z=2,4$ ; $p=0,0162$<br>1998 и 2002 гг. $Z=3,97$ ; $p=0,0001$<br>2002 и 2004 гг. $Z=3,73$ ; $p=0,0002$ |
| Покорная –<br>Строптивая           | 3,38 | 3,05 | 3,18 | 3,38 | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=2,65$ ; $p=0,0008$<br>1998 и 2004 гг. $Z=2,74$ ; $p=0,0062$  |
| Слабая – Сильная                   | 3,40 | 2,97 | 3,29 | 3,46 | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=3,08$ ; $p=0,0021$<br>1998 и 2002 гг. $Z=2,59$ ; $p=0,0093$<br>1998 и 2004 гг. $Z=2,73$ ; $p=0,0061$   |
| Спокойная –<br>Тревожная           | 2,74 | 2,5  | 2,26 | 2,37 | Между образами:<br>1996 и 2002 гг. $Z=3,59$ ; $p=0,0003$<br>1996 и 2004 гг. $Z=2,07$ ; $p=0,0376$  |
| Чувствительная –<br>Бесчувственная | 2,5  | 2,19 | 2,07 | 2,29 | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=2,55$ ; $p=0,0108$<br>1996 и 2002 гг. $Z=2,15$ ; $p=0,031$<br>1996 и 2004 гг. $Z=2,09$ ; $p=0,0371$  |
| Энергичная –<br>Пассивная          | 2,17 | 2,61 | 2,52 | 2,32 | Между образами:<br>1996 и 1998 гг. $Z=2,84$ ; $p=0,0046$<br>1996 и 2002 гг. $Z=2,65$ ; $p=0,008$<br>2002 и 2004 гг. $Z=2,16$ ; $p=0,0309$  |
| Броская –<br>Невзрачная            | 2,3  | 2,39 | 1,82 | 2,07 | Между образами:<br>1996 и 2002 гг. $Z=3,46$ ; $p=0,0005$<br>1998 и 2002 гг. $Z=3,6$ ; $p=0,0003$   |

ламных образах. Учитывая динамичность развития нашего общества и динамичность российской рекламы, мы отдельно анализировали восприятие респондентами женских рекламных образов разных годов. Полученные данные, несмотря на небольшой объем стимульного материала, позволили выявить некоторые тенденции динамики образа женщины в рекламе в период 1996–2004 гг. Анализ показал, что реальные рекламные женские образы значительно отличаются от идеального. Несколько ближе к идеалу образы 2002 и 2004 гг., но и они имеют много расхождений с идеальным женским рекламным образом. В таблице 13 приведены значимые различия между оценками идеального и реальных женских рекламных образов.

Как видно из таблицы 13, больше всего расхождений с идеальным имеет женский рекламный образ 1998 г., особенно по показателям:

**Таблица 13.** Различия оценок идеального и реальных женских рекламных образов

| Характеристики                    | Z    | P       |
|-----------------------------------|------|---------|
| «Боязливая – Храбрая»             |      |         |
| Образ 1998 г. – Идеальный образ   | 2,51 | 0,01    |
| Образ 2002 г. – Идеальный образ   | 1,70 | 0,08    |
| «Женственная – Мужественная»      |      |         |
| Образ 1996г. – Идеальный образ    | 2,00 | 0,04    |
| «Привлекательная – Отталкивающая» |      |         |
| Образ 1996 г. – Идеальный образ   | 4,31 | 0,00001 |
| Образ 1998 г. – Идеальный образ   | 3,46 | 0,0005  |
| Образ 2002 г. – Идеальный образ   | 3,08 | 0,002   |
| Образ 2004 г. – Идеальный образ   | 3,59 | 0,0003  |
| «Энергичная – Пассивная»          |      |         |
| Образ 1998 г. – Идеальный образ   | 3,59 | 0,0003  |
| Образ 2002 г. – Идеальный образ   | 2,69 | 0,007   |
| «Добрая – Злая»                   |      |         |
| Образ 1996 г. – Идеальный образ   | 2,51 | 0,01    |
| Образ 2004 г. – Идеальный образ   | 2,15 | 0,03    |
| «Приятная – Неприятная»           |      |         |
| Образ 1996 г. – Идеальный образ   | 4,19 | 0,00002 |
| Образ 1998 г. – Идеальный образ   | 4,31 | 0,00001 |
| Образ 2002 г. – Идеальный образ   | 3,21 | 0,001   |
| Образ 2004 г. – Идеальный образ   | 3,59 | 0,0003  |
| «Слабая – Сильная»                |      |         |
| Образ 1998 г. – Идеальный образ   | 2,97 | 0,002   |
| «Броская – Невзрачная»            |      |         |
| Образ 1996 г. – Идеальный образ   | 2,22 | 0,02    |
| Образ 1998 г. – Идеальный образ   | 2,22 | 0,02    |

«Боязливая–Храбрая», «Привлекательная–Отталкивающая», «Энергичная–Пассивная», «Приятная–Неприятная», «Слабая–Сильная». В то же время по переменной «Добрая-Злая» образ 1998 г. ближе всего к идеальному рекламному женскому образу по сравнению с рекламными образами других годов. Значительные расхождения с идеалом имеет и образ 1996 г. особенно по показателям: «Женственная–Мужественная», «Привлекательная–Отталкивающая», «Добрая–Злая», «Приятная–Неприятная», «Броская–Невзрачная».

Два наиболее близких к идеалу образа 2002 и 2004 гг. все же значительно отличаются от него по ряду показателей. Так, в представлениях респондентов рекламный женский образ 2004 г. проигрывает идеальному образу в привлекательности, приятности и доброте. Рекламный тип 2002 г. более боязливый и зависимый, а также менее энергичный по сравнению с идеальным образом. Таким образом, если реклама является «зеркалом» социальных представлений потребителей, то женский рекламный образ она отражает неточно.

**Особенности идеального и реального женских рекламных образов у мужчин и женщин.** Женщины и мужчины по-разному воспринимают не только идеальный женский рекламный образ, но и представленные в качестве стимульного материала реальные женские рекламные изображения (таблица 14). Анализ предпочтений позволяет сказать, что мужчины несколько позитивнее оценивают реальные женские рекламные образы, чем женщины. Больше всего отличий в оценке рекламного женского образа 2002 г. Женщины оценивают образы 2002 г. как менее эмоциональные, мягкосердечные и нежные, а также как менее привлекательные и приятные. А образы 2004 г. как более строптивые. Возможно, это связано с тем, что при восприятии образов мужчины более тяготеют к рекламе, изображающей традиционно распределение ролей между мужчиной и женщиной, а женщины предпочитают нетрадиционные ролевые взаимоотношения в рекламе.

**Таблица 14.** Различия в оценках мужчинами и женщинами рекламного женского образа

| Характеристики                                | Мужчины | Женщины | U     | p     |
|---|---------|---------|-------|-------|
| Образ 2002 г. «Эмоциональная–рациональная»    | 176,5   | 319,5   | 56,5  | 0,01  |
| Образ 2002 г. «Мягкосердечная–Черствая»       | 185,5   | 310,5   | 65,5  | 0,03  |
| Образ 2002 г. «Нежная–Грубая»                 | 164,0   | 332,0   | 44,0  | 0,002 |
| Образ 2002 г. «Привлекательная–Отталкивающая» | 178,5   | 317,5   | 58,5  | 0,01  |
| Образ 2002 г. «Приятная–Неприятная»           | 179,0   | 317,0   | 59,0  | 0,01  |
| Образ 2004 г. «Покорная–Строптивая»           | 188,0   | 308,0   | 68,0  | 0,04  |
| Идеальный образ «Боязливая–Храбрая»           | 1489,0  | 2427,0  | 586,0 | 0,001 |
| Идеальный образ «Строптивая–Покорная»         | 1634,0  | 2282,0  | 731,0 | 0,05  |
| Идеальный образ «Пассивная–Энергичная»        | 2185,5  | 1730,5  | 649,5 | 0,008 |



Т.е. можно сказать, что образ рекламной женщины 2002 г. больше соответствовал мужским предпочтениям, нежели женским.

Сравнивая представления обоих полов об идеальном женском рекламном образе, можно сказать, что женщины, по сравнению с мужчинами, предпочитают более храбрый и одновременно более покорный и пассивный женский тип. Мужчины же видят идеальную рекламную женщину более боязливой и пассивной, но в то же время строптивой. Данные результаты подтверждают предположение о том, что половая принадлежность наряду с гендерной идентичностью респондентов (как это было показано выше) определяет представления об идеальной женщине в рекламе.

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о том, что в восприятии респондентов реклама и рекламные образы выполняют различные социально-психологические функции. Для части респондентов реклама, содержащая женские образы, – развлечение или предмет эстетического удовольствия, а рекламная женщина – прекрасный и/или сексуально-притягательный объект. Часть респондентов воспринимают ее как партнера по взаимодействию и общению. Некоторые респонденты рассматривают ее лишь как источник достоверной информации. Определенная категория людей видит в рекламном образе себя (Я-идеальное или Я-реальное). Для значительной части выборки реклама выполняет одновременно несколько функций. В зависимости от выполняемых рекламой и рекламными образами функций меняется значимость доверия рекламному образу и основные критерии доверия. Доверие наименее значимо для тех респондентов, для которых реклама является, в первую очередь, развлечением. Если рекламный персонаж воспринимается одновременно как источник информации, как партнер по взаимодействию, как образ, близкий к «Я» респондента, то доверие становится высокозначимым в отношении к идеальному рекламному образу.

## **Выводы по главе 5**

---

1. В целом в отношении и, в частности, в доверии рекламе и другим источникам маркетинговой информации проявляются выделенные в исследовании особенности доверия/недоверия личности миру, себе, окружающим людям. Значимой при этом является позиция, которую осознанно занимает личность по отношению к перечисленным объектам. Так, частота использования близкого окружения в качестве источника информации о товарах отрицательно связана с уровнем недоверия

другим людям. Личность, убежденная в отсутствии у других взаимной ответственности, чаще считает, что современная реклама предлагает потребителю совсем ненужные ему услуги и продукцию.

2. Особенности доверия/недоверия личности другим людям могут оказывать влияние на ее отношение к рекламе с персонажами или без них. Людей, которые доверяют себе во взаимоотношениях с окружающими, меньше привлекают рекламные сообщения без персонажей. Чем выше данный показатель доверия себе, тем более реалистичной кажется реклама с персонажами, а последние, в свою очередь, более похожими на друзей. Личность, высоко доверяющая другим в их способности сотрудничать и оказывать помощь, оценивает как более притягательную рекламу с персонажами и испытывает более выраженное желание приобрести рекламируемый товар. Чем выше уровень доверия личности себе в умении давать оценки, делать прогнозы, тем чаще она считает рекламные сообщения понятными и простыми, а рекламу без персонажей — более реалистичной. Установлено также, что чем выше оценка опасности мира, тем более враждебной воспринимается реклама с персонажами.

3. Анализ показал, что для персонажей, вызывающих доверие участников исследования, наиболее значимыми являются следующие личностные черты: жизнерадостность, доброта и взаимопомощь, хорошие манеры и внешний вид, естественность поведения, а также нравственность. У персонажей, вызывающих недоверие участников исследования, прежде всего, отмечаются низкая нравственность, интеллект, плохие манеры и внешний вид, неестественность поведения. Выявлена асимметрия критериев доверия и недоверия, в частности, жизнерадостность выступает наиболее частым критерием доверия рекламному персонажу, в то время как мрачность и угрюмость (полярные качества) не являются высокозначимыми для возникновения недоверия ему. Наибольшие различия оценок персонажей, вызывающих доверие и недоверие, обнаружены по следующим шкалам: Отталкивающий—Располагающий; Неприятный—Приятный; Чужой—Свой; Далекий—Близкий; Противник—Сторонник; Инакомыслящий—Единомышленник; Безнравственный—Нравственный; Лживый—Правдивый; Враждебный—Дружественный; Без чувства юмора—С чувством юмора. Данные показатели, выступающие критериями доверия/недоверия рекламным персонажам, имеют много общего с выделенными ранее критериями доверия/недоверия личности другим людям.

4. Подтверждено предположение о существовании взаимосвязи характеристик доверия и недоверия личности рекламным персонажам с ее особенностями доверия/недоверия другим людям. В част-

ности, критерии доверия/недоверия другому человеку и рекламным персонажам у представителей психологического типа «Недифференцирующий, непонимающий людей» являются слабо выраженными и упрощенными. Представителями типа «Доверяющий на основании надежности и приязни» герои рекламных роликов воспринимаются как потенциальные партнеры по совместной деятельности (нравственные, надежные, трудолюбивые и т.д.). Персонажи, вызывающие недоверие, оцениваются ими, в первую очередь, как носители качеств, затрудняющих взаимодействие. Для типа «Понимающий людей» характерно отношение к другому человеку и к рекламному персонажу, в первую очередь, как к объекту познания. Однако отношение к персонажам, вызывающим недоверие, у представителей этого типа наиболее негативно среди всех изучавшихся типов. Представители типа «Сильно дифференцирующий людей» довольно требовательны к другим (как к реальным людям, так и к вымышленным персонажам) и нетерпимы к их качествам, осложняющим взаимодействие.

5. Исследование социальных представлений об идеальном женском образе в рекламе показало, что в восприятии респондентов реклама и рекламные образы выполняют различные социально-психологические функции. Рекламные женские персонажи могут восприниматься как объект развлечения или переживания эстетического удовольствия, партнер по взаимодействию и общению, источник достоверной информации, объект идентификации и т.д. Для значительной части выборки они одновременно выполняют несколько функций. В зависимости от реализуемых рекламой и рекламными персонажами функций меняется значимость доверия рекламному образу и основные его критерии. Доверие наименее значимо для тех респондентов, которые воспринимают рекламу, в первую очередь, как развлечение. Если рекламный персонаж оценивается одновременно как источник информации, партнер по взаимодействию, образ близкий к «Я» респондента, то доверие становится высокосignificantным в отношении к нему. Большая часть мужской выборки относится к тем психологическим типам отношения к идеальному женскому рекламному образу, в которых основополагающую роль играет приязнь. Т.е. для них наиболее значима развлекательная функция рекламы, содержащей женские образы. Для женщин доверие является важным фактором отношения к такой рекламе. Подавляющее их большинство относится к психологическим типам с высокими показателями доверия женскому рекламному образу.

6. Анализ представлений об идеальном женском рекламном образе показал, что, по мнению респондентов, идеальная женщина в рекламе должна быть привлекательной и приятной, броской

и энергичной, а, кроме того, довольно храброй, свободной и сильной. В то же время она должна быть доброй, женственной, нежной, спокойной и чувствительной. В результате исследования были выделены основные факторы оценки респондентами идеального женского образа: «Храбрость и сила», «Женственность и притягательность», «Эмоциональность», «Независимость и строптивость», «Доброта». В ходе исследования выявлена некоторая динамика оценок женского рекламного образа с 1996 по 2004 гг. Наиболее близки к идеальному женскому образу рекламные образы 2002 и 2004 гг. Интересно то, что больше всего расхождений с идеальным имеет женский рекламный образ 1998 г. Отсюда возникает предположение, что такие социальные представления могут быть связаны с социально-экономическим состоянием общества.

7. Обнаружены различия в оценках мужчинами и женщинами рекламных женских образов. В частности, женщины, предпочитают более храбрый, но одновременно более покорный и пассивный образ. Мужчины же видят идеальную рекламную женщину более боязливой и пассивной, но в то же время стропливой. Эти различия могут быть показателем динамики традиционных социальных представлений о роли женщины. В то же время разница между оценками мужчин и женщин, возможно, кроется и в особенностях восприятия – ,то, что женщина называет храбростью, мужчина – строптивостью. Была установлена взаимосвязь «фемининности–маскулинности» и «феминизма-традиционализма» личности с некоторыми характеристиками женского рекламного образа. В частности, андрогинные и маскулинные респонденты предпочитают более энергичные и храбрые женские рекламные образы. В результате исследования можно, однако, сделать вывод о том, что фемининность и маскулинность в меньшей степени, чем пол респондентов, определяют предпочтения характеристик женского рекламного образа.

## Литература к главе 5

1. Алимпиева Н.В. Социально-психологический анализ рекламной деятельности в России: Дис. ... канд. психол. наук. М., 1997.
2. Андреева Г.М. К проблематике психологии социального познания // Мир психологии. 1999. № 3. С. 15–23.
3. Байкова Е.Ю., Купрейченко А.Б. Психологическая эффективность рекламного воздействия // Проблемы экономической психологии. Т. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 368–398.

4. Беляева А.В., Вереникина И.М., Узыханова Б.Н. Психологические особенности включения детей в телекоммуникационную среду // Психологический журнал. 1994. Т. 14. № 4. С. 33–38.
5. Берн Ш. Гендерная психология М.: Олма-Пресс, 2001.
6. Богомолова Н.Н. Современные когнитивные модели убеждающей коммуникации // Мир психологии. 1999. № 3. С. 46–51.
7. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М.: Изд-во МГУ, 1982.
8. Бровкин Д. Я сам обманываться рад! Аналитическая психология К.-Г. Юнга и практика рекламы / [http://www.media-planning.ru/ru/advertising/theory\\_and\\_practice/articles/brovkin1.htm](http://www.media-planning.ru/ru/advertising/theory_and_practice/articles/brovkin1.htm).
9. Владыкина И.К., Плесовских С.Н. Феномен доверия и политическая реклама // Вестн. Моск. ун-та. Сер.18. Социология и политология. 2000. № 1. С. 141–165.
10. Гантер Б., Фернхам А. Типы потребителей: введение в психографику / Пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. СПб.: Питер, 2001.
11. Грам М., Нисс Х. Разные родители, разные мечты: сравнительный анализ культурных ценностей, используемых в рекламе продуктов для детей в Дании, Германии, Великобритании / <http://ecsocman.edu.ru/images/pubs/2004/04/17/0000155183/GRAMx20-NISSx20x20x20KULXTURY.pdf>.
12. Громова О.А. Социально-психологические критерии типологии потребительских групп: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2001.
13. Грошев И.В. Гендерные образы рекламы // Вопросы психологии. 2000. № 6. С. 39–49.
14. Грошев И.В. Образ женщины в рекламе // Пол. Гендер. Культура / Под ред. З. Хоткиной и Н. Пушкаревой. М., 1999. С. 331–343.
15. Грошев И.В. Полоролевые стереотипы в рекламе // Психологический журнал. 1998. Т. 19. № 3. С. 119–133.
16. Грошев И.В. Рекламные технологии тендера // ОНС. 2000. № 4. С. 172–187.
17. Гусейнова И.А. Deskриптивные рекламные тексты как инструмент воздействия в системе маркетинговой коммуникации (на материале журнальной прессы ФРГ): Дис. ... канд. филол. наук. М., 1999.
18. Гусейнова И.А. Проблема гендерной асимметрии в видеоряде коммерческих deskриптивных РТ (на материале русскоязычной прессы) // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Второй международной конференции. М., 2002.
19. Данилова А.Г., Матвеева Л.В. Особенности восприятия телевизионной рекламы, выполненной в различных культурных традициях // Психологический журнал. 2000. Т. 21. № 4. С. 98–106.

20. Дейян А. Теории коммуникации и их применение к рекламе // Психология и психоанализ рекламы / Ред.-сост. Д.Я. Райгородский. Самара: БАХРАХ-М, 2001. С. 337–351.
21. Дударева А. Влияние гендерных стереотипов на подбор актеров в рекламе / [http://reklama.rin.ru/cgi-bin/index.pl?unit=1&id1=0\\_8\\_7&id2=23&id3=0&page=1](http://reklama.rin.ru/cgi-bin/index.pl?unit=1&id1=0_8_7&id2=23&id3=0&page=1).
22. Жукова Я. Влияние ценностных ориентаций на адекватность восприятия ценностного содержания сообщений массовой коммуникации: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 1993 / <http://zhukova.newmail.ru/papers/dissert.htm>.
23. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2003. 436 с.
24. Завалова Н.Д., Ломов Б.Ф., Пономаренко В.А. Образ в системе психической регуляции деятельности. М.: Наука, 1986.
25. Зыскин В.Г. Психология в рекламе. М., 1992.
26. Кара-Мурза Е.С. “Дивный новый мир” российской рекламы: социокультурные, стилистические и культурно-речевые аспекты / [http://www.gramota.ru/mag\\_arch.html?id=62](http://www.gramota.ru/mag_arch.html?id=62).
27. Каримова Л.И. Этнокультурные особенности восприятия рекламы // Вопросы психологии. 2003. № 6. С. 52–60.
28. Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. М., 1999.
29. Корешникова Л.В., Зельникова В.Ю. Психология доверия рекламе // Тезисы докладов Первой Всероссийской конференции «Психология в рекламе». М., 1996.
30. Лебедев А.Н. I Всероссийская конференция “Психология в рекламе” // Психологический журнал. 1997. Т. 18. № 4. С. 137–141.
31. Лебедев А.Н. Динамика отношения российских потребителей к рекламе // Психологический журнал. 1996. Т. 17. № 6. С. 111–118.
32. Лебедев А.Н. Динамика отношения российских потребителей к рекламе в период интенсивных общественных изменений // Проблемы экономической психологии. Том 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. Том 2. С. 267–294.
33. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. СПб.: Питер, 2003.
34. Лебедев А.Н., Боковиков А.К. Влияние ролевой установки на экономическое поведение российских потребителей // Вопросы психологии. 1995. № 3. С. 46–52.
35. Леонтьев А.Н. Психология образа // Вестник Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 1979. № 2. С. 3–13.
36. Леонтьев А.Н. Чувственный образ и модель в свете ленинской теории отражения // Вопросы психологии. 1970. № 2. С. 34–45.

37. Маркова Е.В. Использование механизма идентификации в рекламной практике / [http://ppf.uni.udm.ru/conf\\_2002/iden/markova.html](http://ppf.uni.udm.ru/conf_2002/iden/markova.html).
38. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2000.
39. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Экранный образ и личностные особенности телеведущих // Психологический журнал. 1999. Т. 20. № 1. С. 20–30.
40. Майерс Д. Социальная психология / Пер. с англ. СПб.: Питер, 1997.
41. Милосердова Е.В. Гендерные стереотипы в современной российской коммерческой рекламе // Гендер: язык, культура, коммуникация. Материалы Третьей международной конференции, 27–28 ноября 2003 г. М.: МГЛУ, 2003. С. 74.
42. Мозолин А.В. Исследование пропаганды в теориях массовой коммуникации / <http://www.rc-analitik.ru/show.asp?id=164>.
43. Московичи С., Бушيني Ф. Являются ли предвзятые сообщения более эффективными, чем сообщения непредвзятые? // Психологический журнал. 2000. Т. 21. № 3. С. 20–33.
44. Немировская А. Психологический анализ рекламы на российском телевидении // Журнал WWoman / <http://newwoman.ru>.
45. Томская М.В. Гендерный аспект рекламы (на материале социальных рекламных текстов) // Общество и гендер. Рязань: Поверенный, 2003.
46. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. М.: Изд-во МГУ, 1988.
47. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 1998.
48. Скрипкина Т.П. Психология доверия: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. М.: Академия, 2000.
49. Соснин В.А., Рошин С.К., Резников Е.Н. Психология межличностного взаимодействия // Психология XXI века: Учебник для вузов / Под ред. В.Н. Дружинина. М.: Пер Сэ, 2003. С. 649–671.
50. Статт Д. Психология потребителя. СПб.: Питер, 2003.
51. Тихомандрицкая О.А., Дубовская Е.М. Особенности социально-психологического изучения ценностей как элементов когнитивной и мотивационно-потребностной сферы (Методические аспекты) // Мир психологии. 1999. № 3. С. 80–89.
52. Ушаков В.В. Психолого-акмеологическое обеспечение рекламной деятельности: Дис. ... канд. психол. наук. М., 1999.
53. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. СПб.: Питер, 1999.
54. Факторы доверия в рекламе: «круглый стол» рекламодателей и рекламистов // Максималист. 2005 / <http://www.maximalist.ru/?t=15&ch=12>.

55. Хараш А.У. Смысловая структура публичного выступления (об объекте смыслового восприятия) // Вопросы психологии. 1978. № 4.
56. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. М.: Олма-Пресс, 2002.
57. Шариков А.В., Баранова Э.А. О связи ценностных и массово-коммуникационных ориентаций // Психологический журнал. 1999. Т. 20. № 3. С. 28–47.
58. Шариков А.В., Кузнецова Ю.Н. Особенности восприятия телесериала “Элен и ребята” московскими школьниками // Психологический журнал. 1998. Т. 19. № 2. С. 105–118.
59. Шевелев В. Лицо на этикетке (использование человеческого образа в качестве символа торговой марки) / [http://4p.ru/theory/t\\_nn\\_119san.html](http://4p.ru/theory/t_nn_119san.html).
60. Шерковин Ю.А. Проблема ценностной ориентации и массовые информационные процессы // Психологический журнал. 1982. Т. 3. № 5. С. 135–146.
61. Ямпольская Р.М. Типообразующие принципы женской прессы и журналистики // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1997. № 4.
62. Brauw C. de. New Communications Criteria in Advertising Research. 1996 / [www.quirks.com](http://www.quirks.com).
63. Bovee C., Arens W. Contrmporary advertising. Chicago, IL: Irwin Incorporation. 1986.
64. Courttney A., Lockeretz S. A woman’s place: An analysis of roles portrayed by women in magazine advertisement // Journal of Marketing Research. 1971. V. 8.
65. Egelhoff T. Six Ways To Build Customer Trust And Confidence, 2004 / <http://www.smalltownmarketing.com/customertrust.html>.
66. Frey J. A Million Little Embellishments: Truth and Trust in Advertising and Publishing // Wharton School Publishing. 2006 / <http://www.whartonsp.com/articles/article.asp?p=447011&seqNum=1&rl=1>.
67. Goffman E. Gender advertisements. N.Y.: Harper & Row, Jones, 1979.
68. Kang M.-E. The portrayal of women’s images in magazine advertisements: Goffman’s gender analysis revisited // Sex Roles: A Journal of Research. Dec. 1997.
69. Killbourne W. Female stereotyping in advertising: An experiment on male-female perceptions of leadership // Journalism Quarterly. 1990. V. 67.
70. Lindner K. Images of women in general interest and fashion magazine advertisements from 1955 to 2002 // Sex Roles: A Journal of Research. Oct. 2004.
71. Pollay R.W., Gallagher K. Advertising and Cultural Values: Reflections in the Distored Mirror // International Journal of Advertising. 1990. V. 9. P. 359–372.
72. Thomson L. Gender role stereotyping in advertisements on two British radio stations // Sex Roles: A Journal of Research. Jan. 1999.



## ГЛАВА 6

### ПСИХОЛОГИЯ ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

#### Введение

---

Современные исследователи единодушно признают доверие важным для жизни организации психологическим фактором, способствующим ее развитию и повышающим эффективность деятельности. Необходимо учитывать, что исследования феноменов доверия и недоверия в организации имеют особенности, по сравнению с их изучением в межличностных отношениях. Одна из них обусловлена тем, что организационные доверие и недоверие существуют в трех основных формах и соответственно понимаются разными исследователями. Во-первых, они проявляются в *институциональной форме* — как система норм, регулирующих условия обмена информацией и другими ресурсами, а также правил контроля и надзора за сотрудниками. Во-вторых, доверие и недоверие в организации могут пониматься как *психологические отношения* или как представления работников об организации, своих коллегах, руководителях, партнерах и т.д. Эти оценки в высокой степени субъективны и определяются личностными и групповыми особенностями. В частности, они зависят от удовлетворенности потребностей и ожиданий работников, ценностно-смысловых образований (отношение к миру и другим людям, значимость доверия и др.) и некоторых индивидуально-психологических характеристик. В-третьих, организационные доверие и недоверие существуют в форме *психологического пространства взаимоотношений* сотрудников и организации, а также отдельных ее групп. Р.Б. Шо справедливо отмечает, что к доверию необходимо подходить как к структурной и культурной характеристике организации [7, с. 13]. Данная форма доверия и недоверия не может рассматриваться как

сумма или среднее значение субъективных оценок сотрудников, поэтому она наиболее сложна для изучения и нередко «ускользает» от исследователей. Возможным решением этой проблемы может выступать анализ социального поведения в целом и отдельных поступков членов организации в ситуациях проявления доверия и недоверия. Необходимо также выявлять в системе организационных отношений конкретные «зоны» субкультур с особым типом, формой или стадией доверия и недоверия.

Такие «зоны», а также индивидуальные и групповые особенности доверия и недоверия в организации были выявлены в ходе эмпирических исследований, представленных в настоящей главе. Основная их **цель** заключалась в анализе взаимосвязей, которые существуют между доверием и недоверием в организации и рядом феноменов совместной жизнедеятельности, в частности, психологической атмосферой, психологическим климатом, организационной культурой и т.д. Предметом исследования выступало также влияние, которое оказывают на оценку доверия в организации и психологической атмосферы некоторые личностные детерминанты: общая установка на доверие, особенности доверия/недоверия другим людям, уровень субъективного контроля, тревожность, агрессивность и гендерная идентичность. Кроме того, анализировалось влияние социально-экономических и организационно-психологических факторов деятельности организаций и отдельных групп их работников.

Серия исследований, выполненная в 2001–2006 гг., была проведена в 29 первичных коллективах и социально-экономических группах 17 различных организаций. Предприятия относятся к малому и среднему бизнесу и имеют различный профиль деятельности: пять являются производственными предприятиями, восемь — торговыми, четыре представляют сферу услуг и развлечений. Общая выборка составила 457 человек. Важной особенностью представленного в этой главе исследования является сочетание качественных и количественных методов. Методическими инструментами для оценки показателей доверия и недоверия выступали: авторские опросники «Доверие/недоверие работников коллегам и руководителям» и «Доверие/недоверие личности другим людям», методика измерения организационного доверия Р.Б. Шо, методика «Вера в людей» М. Розенберга. Кроме того, для выявления поведенческих индикаторов доверия и недоверия в организации проводились интервью с работниками предприятий. Измерение других феноменов совместной жизнедеятельности организации осуществлялось с использованием следующих методик: оценки психологической атмосферы

в коллективе А.Ф. Фидлера, диагностики психологического климата О.С. Михалюка и А.Ю. Шалыто, а также одноименной методики А.Н. Лутошкина, оценки групповой сплоченности К. Сишора, выявления типа организационной культуры К. Камерона и Р. Куинна, оценки мощности организационной культуры Р.Ф. Дафта, определения степени приобщения вновь принятых в компанию сотрудников к организационной культуре Р. Паскаля. При интерпретации полученных данных учитывались организационно- и экономико-психологические особенности деятельности предприятий, подразделений и отдельных категорий работников, выявленные на основании анализа документов, интервью и наблюдения.

### **6.1. Актуальные проблемы исследования доверия и недоверия в организации**

---

Изучение доверия в организации (а в последние годы и недоверия) является одним из наиболее развитых и востребованных направлений исследований в зарубежной психологии, социологии, менеджменте. Об этом свидетельствуют ряд недавних крупных коллективных работ и обзорных публикаций [5, 29, 33, 34, 36, 38, 39, 49, 50, 80, 82, 83 и др.]. Постепенно формируется данное направление и в отечественной социальной психологии. К проблеме доверия в деловых отношениях в разные годы обращались И.В. Антоненко, И.В. Балущкий, А.Л. Журавлев и В.А. Сумарокова, П.Н. Шихирев и некоторые другие авторы [1, 2, 4, 6]. Однако эмпирических исследований, выполненных на базе реальных современных организаций, пока еще крайне мало. В качестве примера можно назвать наши более ранние исследования [3].

Междисциплинарный характер исследований организационного доверия приводит к тому, что понимание этого феномена и подходы к его анализу, привнесенные из организационной теории, экономики, менеджмента, социологии, психологии, культурологии и других общественных наук, в высокой степени разнятся и не всегда являются сопоставимыми. Так, Р.М. Крамер, указывая на противоречия в ряде существующих направлений исследований, отмечает формулировки, которые выделяют социальные и нравственные аспекты доверия (Л. Хосмер) и другие, в которых доверие понимается как элемент политики управления, никак не связанный с вопросами морали (Р. Барт, М. Кнез) [21, 22, 48, 49]. Существует также традиция, основы которой лежат в социологической (Дж. Колеман), экономической

(О. Уильямсон) и политической (Р. Хардин) теории, рассматривать доверие как результат рационального выбора [26, 45, 46, 93]. В частности, Р. Хардин отмечает, что рациональный расчет доверия включает два элемента: знания, которые дают возможность человеку доверять другому, и оценку желаний и готовности человека, которому доверяют, оправдать доверие [46]. Ситуация осложняется это еще и тем, что доверие и недоверие в организации, как мы отметили выше, существует в институциональной форме, в форме субъективных представлений и в форме объективных взаимоотношений. Различия подходов к пониманию сущности доверия в организации обуславливают специфику теоретических моделей и методов оценки этого феномена.

Несмотря на многообразие моделей и принципов анализа доверия в организации, можно выделить следующие основные направления работ в этой области. Первое направление рассматривает **доверие и недоверие как факторы экономической эффективности организации**. В фокусе внимания исследователей названного направления оказываются показатели эффективности и механизмы влияния организационного доверия и недоверия на них (напрямую, опосредствованно и т.д.). По мнению большинства исследователей, доверие снижает внутренние издержки, повышая способность работников к сотрудничеству и командной работе, позволяя снизить расходы на контроль их деятельности и влияя на готовность подчиняться указаниям руководителя. Кроме того, доверие в организации снижает текучесть кадров и, следовательно, сокращает административно-управленческие расходы на подбор, адаптацию и обучение персонала (издержки замещения). Доверие обеспечивает эффективность организационных изменений, а также своевременность реагирования на изменения внешних и внутренних условий. Следует отметить, что до недавнего времени работы в этой области носили в основном теоретический характер [6, 10, 56]. В последние годы появляются экспериментальные данные о влиянии того или иного уровня доверия на поведение работников организации. Распространенным является анализ доверия в качестве основы важного организационного ресурса — *социального капитала*. Р.М. Крамер отмечает, что в организационной среде доверие как социальный капитал в основном рассматривается на трех уровнях: уменьшение издержек внутри организаций [20, 24, 28, 42, 89, 93]; повышение интенсивности неформального и непринужденного общения среди сотрудников организации [65, 66]; формирование определенного адаптивного отношения (уважения и подчинения) руководителям организации [85].

В исследованиях, посвященных анализу уменьшения внутренних издержек организации, доверие часто понимается как социально регулируемая эвристика, т.е. априорная готовность сотрудников к определенному поведению при принятии решения и к конструктивным реакциям на разного рода затруднительные ситуации [9, 89]. По мнению В. Уззи, организационное доверие как эвристика позволяет работнику в сложных ситуациях давать наилучшую интерпретацию мотивам и поступкам других сотрудников [89, с. 43]. Снижение внутренних издержек предприятия достигается, во-первых, в результате сокращения времени на обсуждение проблем и принятие решений, во-вторых, в результате оптимального распределения и движения ресурсов, в-третьих, за счет отсутствия формального мониторинга, контрольных процедур, а также искусственных методов стимулирования сотрудничества и взаимодействия. В. Уззи отмечает, что эвристический характер доверия позволяет действующим лицам оперативно и позитивно реагировать на стимул [89, с. 44]. Таким образом, эвристическое доверие порождает безвозмездный и добровольный обмен разными ресурсами, экономя ресурсы организации, увеличивая ее конкурентоспособность и способность преодолевать неожиданно возникающие проблемы.

При рассмотрении доверия как фактора экономической эффективности организации исследователи ожидают, что доверяющие работники будут делиться полезной информацией с другими членами организации [13]. Предполагается также, что они также будут ответственно сдержанны в использовании ограниченных ресурсов организации [61, 85]. В ранних исследованиях Д. Мессик (1983) проверил гипотезу о том, что доверие, основанное на ожиданиях взаимности (т.е. вера людей в то, что на их готовность к сотрудничеству другие работники ответят тем же), будет влиять на желание людей добровольно уменьшить свое потребление быстро истощающихся общих ресурсов [62]. В ходе этого исследования подтверждено, что потребляют меньше те люди, которые ожидают самоограничения от других. Позднее П. Бран и М. Фодди (1988) экспериментально исследовали влияние межличностного доверия, измеренного по методике Дж. Роттера [72, 73], на поведение личности в ситуации истощения общих ресурсов [16]. Потребление слабо доверяющих людей не изменялось в зависимости от состояния коллективного ресурса, во время как сильно доверяющие потребляли больше, когда уменьшение ресурсов было минимальным, но меньше в условиях увеличения дефицита. С. Паркс, Р. Хинейгер и С. Скамахорн исследовали, как сильно и слабо доверяющие люди реагируют на сообщение о намерениях

других участников в социально затруднительных ситуациях [68]. Они обнаружили, что слабо доверяющие реагируют уменьшением взаимодействия при конкурентных сообщениях и не меняют поведения при получении кооперативного сообщения. В противоположность им сильно доверяющие реагировали на кооперативное сообщение увеличением взаимодействия, но не подвергались влиянию при получении конкурентных сообщений.

Выше было отмечено, что организационное доверие повышает эффективность деятельности, формируя у работников уважение руководителям организации и готовность к подчинению. Влияние доверия или недоверия на эти отношения проявляется в следующих процессах. Во-первых, если руководители организации постоянно должны будут объяснять и оценивать свои действия, их способность эффективно управлять сильно подорвется [86]. Во-вторых, отсутствии доверия по причине высоких издержек на осуществление контроля и сложности постоянного мониторинга работы подчиненных руководители не могут своевременно и неотвратимо налагать взыскания за нарушения или поощрять за успешную работу. Таким образом, эффективность деятельности организации в высокой степени зависит от ответственного отношения работников, их желания исполнять директивы и распоряжения и добровольно подчиняться руководителям. К тому же доверие играет важную роль в конфликтных ситуациях, так как влияет на признание коллективом спорных решений руководителя и их последствий. Исследования показывают, что в ситуации доверия мотивам и намерениям руководителей люди вероятнее принимают последствия их решений, даже неблагоприятные [84].

Существуют данные о том, что наличие доверия обеспечивает конкурентоспособность организации, повышая скорость и качество координированных действий в стратегических инициативах (таких, как улучшение качества товаров и услуг, потребительские сервисы и разработка новых продуктов) [35, 75]. Современные условия деятельности обуславливают конкурентные вызовы к организационному росту, глобализации, и расширению через стратегические альянсы, а также к способности создавать стратегические альянсы среди соперников [27, 44]. Во всех этих областях доверительные отношения критичны для успешного сотрудничества между кросс-культурными и разнофункциональными командами, временными группами, стратегическими альянсами и другими видами кратковременного партнерства [30, 53, 77]. Р. Левицки, Д. Макаллистер и Р. Бис отмечают, что исследователи все больше осознают значимость доверия на фоне неопределенности,

комплексности и изменчивости современного быстро развивающегося глобального экономического окружения [53].

В последние годы возрастает поток работ, посвященных анализу негативных последствий высокого доверия для отношений и эффективности совместной деятельности и позитивному влиянию на отношения умеренного недоверия [11, 12, 53, 56]. Рассматривая соотношение понятий «доверие» и «недоверие», Р. Левицки с соавт. заключают, что традиционно исследователи понимали их как противоположности, как один биполярный конструкт, оценивая доверие как «хорошее», а недоверие — как «плохое» [53]. Согласно мнению авторов статьи, «доверие» и «недоверие» являются самостоятельными измерениями, отдельными конструктами и их последствия для отношений, в том числе организационных, не являются однозначными и заранее предсказуемыми. Основную опасность высокого доверия исследователи видят в возможности обмана и злоупотребления им, в том числе в форме вероломства, когда открытость и уязвимость партнера используются для получения выгоды. Работа Р. Левицки, Д. Макаллистера и Р. Биса содержит глубокий анализ представлений западных исследователей о последствиях однозначно высокого уровня доверия и преимуществах оптимального соотношения доверия и недоверия. Еще одним неприятным следствием высокого уровня доверия является тот факт, что отсутствие контроля и конкуренции действует расслабляюще на взаимодействующие стороны. Ошибки и упущения партнера в условиях излишнего доверия остаются незамеченными, перспективные возможности — нереализованными, имеющийся потенциал — нераскрытым. Например, потому, что в кризисных ситуациях отдаленные знакомства могут быть более полезны, нежели близкие компаньоны при управлении кризисами. Таким образом, слишком высокий уровень доверия, даже при самых добрых намерениях сторон снижает эффективность деятельности. Перспективным направлением исследований, по мнению многих авторов, выступает анализ управления амбивалентностью доверия и недоверия в равностатусных организационных отношениях и взаимодействиях руководитель–подчиненный. Р. Левицки, Д. Макаллистер и Р. Бис настаивают, что функциональное сосуществование доверия и недоверия может быть центральным компонентом отношений в высокопроизводительных командах [53]. Оно создает основания для эффективного принятия решений, гармоничного взаимодействия и координированного исполнения. Такое недоверие, в частности, может пониматься как центральный компонент стимулирования рациональности организации.

Второе исследовательское направление изучает **основания и факторы формирования доверия и недоверия в организации**. Значительное число теоретических и эмпирических исследований концентрируется на определении основ доверия в организации [28, 52, 58, 77, 96]. В этих работах определяются условия, которые способствуют появлению доверия, включая психологические, социальные и организационные факторы, влияющие на ожидания людей по поводу надежности других и их желания проявлять доверие при взаимодействии с ними. Спектр работ в этом направлении определяется главным образом практическими запросами. Наиболее часто упоминаются следующие проблемы: каким образом сбалансировать организационные факторы, чтобы в организации существовал высокий уровень доверия; как следует вести себя руководителю, менеджеру, чтобы вызвать доверие сотрудников; какие факторы вызывают нарушение доверия; как увеличить доверие между фирмами [29, 34, 36, 49, 50, 80, 82, 83].

Наиболее распространенной является точка зрения, что основой подлинного доверия является знание другого человека, полученное в ходе длительного взаимодействия [14, 32, 55, 71, 78]. Доказательства важности предысторий взаимодействий для формирования доверия были получены в ходе экспериментальных работ. Например, множество исследований показали, что взаимность в отношениях увеличивает доверие, в то время как отсутствие или нарушение взаимности ослабляет его [32, 55, 70, 71]. Анализ развития доверия Р. Бойля и Р. Бонасича показывает, что ожидания надежности другого человека имеют тенденцию меняться «в сторону опыта в степени, пропорциональной различию между этим опытом и первоначальными ожиданиями, приложенными к нему» [15, с. 130]. В соответствии с такими моделями опыт и история взаимодействия субъектов выступают основой для проверенных временем и корректируемых по мере изменения отношений взаимных ожиданий (доверия). Отношение, сформированное в результате длительного взаимодействия, рассматривается как важная форма индивидуализированного и основанного на знаниях доверия в организациях [52, 76].

Анализируя факторы доверия в организации, многие исследователи рассматривают в качестве такового диспозициональное доверие личности — общую установку на доверие [43, 79, 72, 73]. Предрасположенность доверять или не доверять другим людям обычно соотносится исследователями с другими диспозиционными ориентациями, включая веру людей в добрую природу человека [69, 94]. В ходе



наших эмпирических исследований мы получили подтверждение того, что доверие другим людям является значимой детерминантой доверия работников организации и отдельным ее представителям. Кроме того, были получены данные о том, что доверие в организации и особенно между ее группами находится под влиянием отношения работников к различным социальным категориям.

В этой связи исследователи выделяют два специфических вида доверия: доверие, основанное на социальной категоризации, и доверие, основанное на роли (статусе). В ходе ряда экспериментальных работ было доказано, что доверие личности представителям психологически близких «своих» групп превышает доверие к представителям удаленных социальных групп [17, 67]. Установлено, что это явление характерно также и для временных объединений людей. В свою очередь, сущность доверия, основанного на роли, заключается в следующем. Люди уверены, что вверенная другому человеку и им самим роль (статус) в организации определяет их обязательства и свидетельствует о компетентности. Эта уверенность позволяет доверять исполнителю роли, даже при отсутствии индивидуального знания и опыта предыдущего взаимодействия. Р. Крамер отмечает, что подкрепляется такое доверие знаниями людей о барьерах вхождения в организационные роли, о процессах обучения и социализации, которые проходит носитель роли, о различных механизмах подотчетности [49].

Существующие исследования демонстрируют, как понимание ролевых функций и признание работниками правил поведения в организации способствуют созданию и поддержанию высокого уровня взаимного доверия [40]. По мнению большинства ученых, это скорее не доверие человеку, выполняющему определенную роль в организации, а доверие системе человеческого опыта, которая создает и поддерживает соответствующее поведение людей — носителей статуса и роли. Многие авторы отмечают, что ролевое доверие поддерживается внутри организации не явным соглашением, а путем социализации в структуру правил [10, 31, 57, 59, 92]. Однако такое доверие может быть довольно хрупким и привести к провалу взаимодействия и согласованности, особенно при организационных кризисах или в нестандартных ситуациях, когда размываются роли и нарушаются сценарии ролевого взаимодействия [64, 90, 91].

В качестве еще одного фактора доверия в организации Р. Барт и М. Кнез рассматривают влияние окружающих. Они полагают, что третьи стороны в организациях являются важными проводниками доверия и недоверия, распространяя значимую информацию посред-

твом слухов [22]. В ходе исследований В. Уззи выявил, что третьи стороны выступают как посредники в новых взаимоотношениях, дающие возможность людям перенести свои ожидания с проверенных партнеров на других, опыт взаимодействия с которыми пока отсутствует [89].

Одна из наиболее актуальных проблем исследований — анализ условий и факторов поведения менеджеров, способствующих формированию доверия подчиненных. Практической целью этого изучения является понимание того, что должны делать менеджеры, чтобы вызывать доверие сотрудников. Э. Вайтнер, С. Бродт, А. Корсгаард, Дж. Вернер отмечают, что вызывающее доверие поведение возникает в контексте ситуации социального или экономического обмена, в котором менеджеры иницируют и строят отношения путем доверительного поведения как средства обеспечения сотрудников социальными выгодами [5, 80]. При этом увеличивается вероятность того, что сотрудники оплатят им доверием. Р.С. Мейер и Дж. Г. Дэвис выделяют три основных компонента доверия работников организации ее менеджерам: последовательность («руководство компании старается поступать справедливо»), доброжелательность («руководство компании искренне стремится понять, что волнует сотрудников»), компетентность («руководство компании хорошо знает свою работу») [58].

В свою очередь, Э. Вайтнер с соавт. выделяют пять условий, необходимых для осуществления такого поведения: 1) постоянство, последовательность, 2) честность, 3) распределение и делегирование контроля, 4) общение (точность, умение давать объяснения и открытость), 5) проявление заботы, участия. Кроме этих условий, авторы выделяют три фактора, влияющих на поведение менеджеров: 1) организационные факторы: структура, политика организации в отношении персонала, организационная культура, 2) факторы отношений: первичное взаимодействие, ожидания, «стоимость обмена», 3) индивидуальные факторы: склонность к доверию, самоэффективность, ценности. Именно эти факторы, по мнению Э. Вайтнера с соавт., влияют на формирование поведения, отвечающего вышеприведенным пяти условиям [5, 80]. Исследователи изучили условия, при которых люди с большой вероятностью будут выказывать доверие к тем, кто занимает руководящую должность. Например, Дж. Габарро обнаружил, что воспринимаемая честность, мотивы, постоянство, открытость, непоследовательность, функциональная компетентность, межличностная компетентность, суждения по принятию решения входят в сферу полномочий доверительности между вице-президен-

тами и президентами [41]. Наряду с этим, Дж. Батлер обнаружил, что оценки работоспособности, компетентности, постоянства, законности, честности, лояльности, открытости, полного доверия, выполнения обещаний и восприимчивости влияют на суждения подчиненных о доверии руководителям [23].

Т. Тайлером и его последователями проводились систематические исследования, в ходе которых были определены несколько важных составляющих доверия [84–88]. Они включают признание статуса, которое показывает в какой степени носитель власти воспринимает и ценит людей как членов организации, а также веру в благожелательность, которая заключается в том, что руководители оцениваются как имеющие хорошие намерения и честные в своих поступках. Третий важный фактор — нейтральность, которая подразумевает справедливость и беспристрастность при принятии решений [85, 86, 88]. Еще один вывод этих исследований заключается в том, что доверие имеет большее значение при наличии тесного взаимодействия между руководителями и подчиненными.

Исследования Б. Брокнера с соавт. посвящено влиянию необязательности выполнения организационных правил и процедур на доверие руководителям [18, 19]. Правила и процедуры важны, не только потому, что они передают информацию о требованиях и целях деятельности организации, но и потому, что обязательность их соблюдения оценивается работниками как процедурная компетентность руководства. Были получены доказательства того, что процедуры, справедливые с точки зрения персонала, имеют тенденцию увеличивать доверие. В то же время необязательность соблюдения процедур и несправедливость правил определяют низкий уровень доверия [18, 19].

Как было отмечено ранее, авторы различных исследований используют собственные концептуальные модели структуры межличностного доверия. Так, Р.Б. Шо выделяет следующие ключевые императивы доверия в организации: результативность деятельности, порядочность взаимоотношений и проявление заботы о людях [7]. Поддержание нужного доверия в организации требует баланса этих императивов, даже если они вступают в конфликт друг с другом. На основе этой модели Р.Б. Шо разрабатывает практические рекомендации для формирования высокого уровня доверия в организации.

Другие концептуальные модели используют участники дискуссий, посвященных проблеме доверия в бизнесе на страницах тематического выпуска журнала «**The Academy of Management Review**» и проблеме организационного доверия в специальных коллективных

монографиях и статьях [49, 50, 53, 74, 80, 82, 83]. Р. Левицки, Д. Макаллистер и Р. Бис в статье «Доверие и недоверие: новые взаимоотношения и реалии» предлагают рекомендации относительно управления доверием и недоверием в организации [53]. Наиболее оптимальным они считают баланс этих двух феноменов. По их мнению, недоверие может быть институционализировано в организационных формах и санкциях. Согласно данным Л. Закера на которые ссылаются Р. Левицки, с соавторами, увеличение доверия в организациях становится возможным именно за счет увеличения в них институционализированного недоверия [53, 96]. К этому мнению присоединяются Т. Дас и Б.-С. Тенг, которые рассматривают возможность формирования доверия в стратегических альянсах (соглашения между различными компаниями, имеющие целью достижение стратегических целей). Они отмечают, что феномен уверенности в партнерском взаимодействии возникает из двух источников: доверия и контроля. По их мнению, пути развития уверенности — в соотношении доверия и контрольных механизмов [80].

Близкую позицию занимают исследователи Дж. Хейген и С. Хо, рассматривая сущность «институциональных санкций» на примере отношений «покупатель-поставщик» в японской автомобильной промышленности [80]. Авторы показывают важную роль институциональных санкций в формировании сотрудничества и доверия. Дж. Хейген и С. Хо считают, что сотрудничество, которое вызывает доверие в отношениях между фирмами, связано с определенной комбинацией институциональных и общественных санкционирующих механизмов [80]. Они указывают на то, что в больших компаниях существует много инструментов (институциональных санкций) для обнаружения нечестности со стороны субподрядчика и его наказания. Таким образом, в ходе обсуждения этой проблемы исследователи приходят к выводу о том, что высокий уровень доверия, который является желательным для организации, может быть создан и поддержан только при наличии определенного уровня институционального недоверия (контроля и системы организационных санкций).

Однако существуют исследования, которые показывают, что институциональное недоверие внутри организации может приводить к общему нежелательному усилению недоверия сотрудников. В ряде исследований показано, что осознание того, что они находятся под наблюдением, подрывает доверие, увеличивая недоверие и подозрение в организации. Р. Чалдини выделил несколько причин, почему мониторинг и наблюдение могут уменьшить доверие в рамках организации [25]. Во-первых, когда люди думают, что их деятельность находится

под контролем внешних факторов, внутренняя составляющая мотивации снижается [37]. Кроме того, работники, которых подвергают обязательной проверке на детекторе лжи, тесту на наркотики или другим формам контроля для выявления проступков, могут меньше проявлять внутренние стандарты искренности и честности на рабочем месте. Р. Чалдини отмечает следующее: система мониторинга и наблюдения показывает, что работникам не доверяют, это в свою очередь вызывает недоверие с их стороны [25]. Когда люди чувствуют, что за ними следят, они могут продолжать вести себя так же, предполагая, что мониторинг несовершенен, и они могут избежать этого. Из-за психологической реакции даже честные работники могут попытаться обмануть систему контроля или устроить саботаж.

Другие исследования показывают, что разрушительные эффекты наблюдения распространяются и на тех, кто его проводит [8, 51, 81]. Один из исполнителей, который устанавливал компьютерную мониторинговую систему, размышляет: «Если бы не было системы наблюдения, я бы больше ходил и разговаривал с людьми..., я бы больше интересовался, о чем они думают» [95, с. 331]. Системы мониторинга могут вызывать и другие нежелательные последствия. А. Хочшилд установил, что страх мониторинга неблагоприятно воздействует на доверие в организации и обслуживание клиентов среди стюардесс в Дельта Эйрлайнз [47]. Стюардессы испытывают страх и недоверие к пассажирам из-за политики, которая разрешает пассажирам писать жалобы об обслуживании при полете. Таким образом, системы, которые должны гарантировать доверие, нередко не только снижают его, но также мешают руководителям получить достоверное представление об отношениях в организации.

Еще одним актуальным направлением исследований является исследование **динамики и процессов формирования доверия и недоверия в организации**. Р. Левицки, М. Стивенсон и В. Банкер считают, что доверие в деловых отношениях проходит три фазы [54]. На первой, когда доверие не сформировано, отношения строятся на основе расчета. Такие отношения основаны на предположении, что другому партнеру не выгодно нарушить свои обязательства. Если они не будут нарушены, то процесс формирования доверия перейдет в следующую фазу — фазу знания. Для ее протекания значимыми являются опыт отношений, частота и глубина контактов и взаимодействия. Если доверие соответствует ожиданиям сторон, то в развитии отношений наступает следующая стадия, считают Р. Левицки, В. Банкер и М. Стивенсон [54]. Это фаза тождества, которая характеризуется признанием общности ценностей, целей и интересов взаимодей-

твующих сторон. Отношения доверяющих друг другу людей характеризуются психологической близостью и стабильностью. Авторы подхода отмечают, что темп перехода отношений из одной фазы в другую может быть различным, иногда отношения прерываются на какой-либо стадии. Это зависит от большого числа объективных и субъективных факторов.

В свою очередь, Д. Макнайт, Л. Куммингс и Н. Червани рассматривают проблему формирования первоначального доверия в новых организационных взаимоотношениях [80]. Используя когнитивный подход, авторы обозначают факторы и процессы, которые способствуют формированию относительно высокого уровня доверия с самого начала взаимодействия между двумя участниками организационного взаимодействия. Они предлагают модель формирования первоначального доверия в организации, которая помогает объяснить парадоксальные случаи изначально высоких уровней доверия в новых организационных взаимоотношениях, полученных в ряде исследований. Согласно модели, первоначальное доверие формируется в силу следующих условий: 1) личностных: существования предрасположенности к доверию, готовности доверять у кого-то из участников взаимодействия, 2) институциональных: институционального доверия, 3) когнитивных: процессов категоризации и иллюзий контроля [5, 80]. Институциональное доверие возникает в ситуациях, когда человек верит в существование объективных обстоятельств, обеспечивающих выполнение взаимодействующими сторонами своих обязательств. Модель дает понимание, почему доверие можно считать как «слабым, хрупким», так и «сильным, крепким». Описываются условия, при которых изначально высокое доверие может рассматриваться как слабое или как сильное. Так, в начальных отношениях ожидание высокого доверия, вероятно, будет очень слабым при следующих условиях: 1) когда это ожидание поддерживается только немногими предшествующими случаями, 2) когда оно основывается почти исключительно на допущениях, предположениях и 3) когда велик уровень риска [5, 80].

Г. Джонс и Дж. Джордж считают, что можно выделить три состояния доверия: 1) недоверие, 2) условное доверие, 3) безусловное доверие [5, 80]. Условное доверие существует, пока выполняются определенные условия. Оно нарушается, если нарушаются эти условия. Безусловное доверие характеризует такие отношения, когда люди не просто делают вид, а действительно доверяют друг другу на основе общих ценностей. В этом случае доверие каждого партнера гарантировано. Условное доверие влечет за собой такое поведение,

которое не требует значительных личностных вкладов или самопожертвования. Однако бывают ситуации, требующие значительных самоограничений на протяжении длительного времени при отсутствии гарантированного материального вознаграждения. В этих ситуациях условного доверия может быть недостаточно и ключевым становится безусловное доверие. Г. Джонс и Дж. Джордж отмечают, что безусловное доверие, сопровождаемое позитивными чувствами, само по себе является наградой. На уровне организации явная выгода от безусловного доверия выражается в конкурентном преимуществе, которое возникает из способности организации использовать преимущества командной работы и объединения усилий всех членов организации [5, 80].

К специфической проблеме динамики организационного доверия — реакцией оставшихся после сокращения в организации сотрудников, обращаются в своей статье А. Мишра и Г. Спрайтзер [5, 80]. По их мнению, на то, какой именно будет реакция такого сотрудника, влияют следующие факторы: доверие к нему, наделение его полномочиями, справедливость решения администрации и возможность реорганизации его работы. Авторы считают, что периодическое сокращение, т.е. уменьшение количества работников в организации, неизбежно в развитии бизнеса. При этом оставшиеся после сокращения работники испытывают стресс и снижение мотивации. Для эффективного влияния на мотивацию оставшихся после сокращения сотрудников необходимо изучить факторы, определяющие их реакции на сокращение. Здесь важная роль принадлежит доверию между сотрудниками и менеджерами. Не доверяя высшим менеджерам в том, что они действительно беспокоятся об интересах работников, что они открыты, честны и компетентны, оставшиеся сотрудники деструктивным образом реагируют на сокращение. А. Мишра и Г. Спрайтзер предлагают типологию реакций остающихся в организации сотрудников. Типология построена на основе двух измерений: конструктивная — деструктивная и активная — пассивная реакции. Наделение полномочиями сотрудников и перепроектирование работы влияют на оценку ресурсов для борьбы и содействуют более активным реакциям, потому что они увеличивают оценку оставшимися сотрудниками своей способности справиться с угрозой. А. Мишра и Г. Спрайтзер выделяют четыре типа реакций оставшихся после сокращения и дают названия типов: 1) реакции страха, испуга, 2) принудительные, обязательные реакции («верные последователи»), 3) полные надежды реакции («активные адвокаты»), 4) циничные реакции («придирчивые критики») [5, 80]. Они описывают

особенности каждого типа, т.е. их проявления в организационном поведении. Исходя из указанных данных, менеджеры могут выработать стратегию поведения во время сокращения, направленную на то, чтобы вызвать как можно больше реакций наиболее желательного типа — типа «полных надежды». Проблематика представленных выше исследований зарубежных авторов является, безусловно, актуальной и для российских организационных психологов. Работа отечественных специалистов в этом направлении только начинается, поэтому интерес представляют результаты исследований доверия в организации по любой обозначенной выше проблеме.

Четвертое направление исследований доверия в организации включает работы, посвященные изучению **взаимосвязи доверия и недоверия с организационно-психологическими феноменами (феноменами совместной жизнедеятельности)**. Следует отметить, что это направление является наименее проработанным. Основная причина, по нашему мнению, в том, что результаты подобных исследований не имеют прямого практического применения. Однако эти работы необходимы для разработки и уточнения концептуальных представлений о природе феномена доверия в организации. Р.Б. Шо отмечает, что доверие в организации тесно связано с организационной культурой, а также с отдельными ее элементами — структурой организации и методами руководства [7, с. 41]. В связи с этим, актуальной научной задачей является выявление взаимосвязей типа и уровня доверия в организации (или малой группе) и феноменов совместной жизнедеятельности таких, в частности, как психологическая атмосфера, социально-психологический климат, корпоративная культура, стиль руководства, тип исполнительской деятельности, а также лояльность, сплоченность, приверженность и т.д. Решение этой задачи возможно лишь в результате накопления большого объема сопоставимых эмпирических данных. Установлению взаимосвязи доверия и недоверия в организации с психологической атмосферой, климатом, корпоративной культурой и групповой сплоченностью посвящена в основном представленная ниже серия эмпирических исследований. Важной теоретической проблемой мы считаем анализ соотношения феноменов совместной жизнедеятельности организации и определения роли организационного доверия в их системе.

Концептуально важно, что мы считаем доверие и недоверие, так же как и психологическую атмосферу, организационную культуру не только значимыми факторами экономической эффективности предприятия, но и основными показателями психологической эффективности организации. Под **психологической эффективностью органи-**



**зации** мы понимаем *способность и готовность персонала выполнять возложенные на него задачи*. Важной составляющей эффективности является *готовность к необходимым или неизбежным изменениям внешней и внутренней среды организации*. Можно возразить, что нет необходимости готовить «старый» персонал к изменению, если состояние рынка труда позволяет найти новых работников под новые задачи. Но в этом случае увеличивается вероятность экономических потерь в результате низкой лояльности как этих работников, так и старых, не уверенных в своем будущем. Немалыми могут оказаться затраты на адаптацию нового персонала к коллективу, особенностям деятельности организации и ее культуре. Таким образом, необходимо добавить, что кадровая политика психологически эффективной организации должна формировать кадровый состав организации, способный выполнять текущие задачи, готовый к необходимым и неизбежным изменениям, с *минимизацией рисков, связанных с низкой лояльностью и доверием/недоверием в организации*.

Исходя из такого понимания психологической эффективности организации можно отметить, что основными ее частными показателями являются: общее видение целей и задач организации; организационная приверженность; лояльность; удовлетворенность. Эти показатели являются частными, так как отражают ту или иную сторону психологической эффективности. Например, лояльность отражает довольно узкий аспект организационных отношений, а именно — способность и готовность работников не нарушать нормы организации и не причинять ей вред. В свою очередь, удовлетворенность не позволяет судить о готовности персонала к изменениям и способности к их реализации. Даже напротив, неудовлетворенность — лучший стимул к изменениям. На наш взгляд, есть феномены, которые можно считать *интегральными показателями психологической эффективности организации*: психологическая атмосфера и климат, организационная культура и доверие.

Последние два — организационная культура и доверие/недоверие являются наиболее интегративными показателями психологической эффективности организации, так как помимо системы психологических отношений, включают также нормативную систему принятия решений и организационного поведения. Т.е. помимо когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов отношений работника к организации, ее партнерам и всем заинтересованным сторонам, доверие и организационная культура включают *нормативную и процессуальную* составляющие организационного мышления и поведения. Процессуальность доверия и недоверия заключается в наличии

специальных (основанных на институциональных представлениях об уровне доверия к различным категориям участников делового взаимодействия) правил и процедур построения отношений и поведения работников организации в различных ситуациях. По нашему мнению, именно этой особой ролью корпоративной культуры и организационного доверия/недоверия в оценке и достижении психологической эффективности организации объясняется повышенный интерес исследователей и практиков в области психологии управления и менеджмента к этим двум феноменам в последние десятилетия.

Возникает вопрос о соотношении организационной культуры и доверия/недоверия. Представления о степени, границах и нормах доверия и недоверия по отношению к разным категориям значимых для организации людей являются частью организационной культуры. Различные типы культур предполагают особое сочетание и степень выраженности отдельных показателей доверия/недоверия. В частности, сочетание той или иной степени доверия и недоверия в организационных отношениях и поведении. Различными будут также степень доверия/недоверия сотрудников к организации, друг другу, рядовых работников к руководителям, руководителей к подчиненным и т.д. Помимо парциальных показателей доверия/недоверия, их общие оценки могут также зависеть от типа организационной культуры. Например, предпринимательская (характеризующаяся конкурентными отношениями между сотрудниками) или бюрократическая культура («обезличенные» отношения) предполагает более низкий уровень доверия между сотрудниками, нежели органическая (комфортная и дружелюбная). Т.е. доверие связано с содержательными характеристиками организационной культуры. В то же время доверие к организации может быть показателем степени сформированности организационной культуры, показателем ее силы. Если сотрудники знают, правильно понимают и разделяют цели и ценности организации, то уровень их доверия организации будет высок. Если они уверены, что остальные работники придерживаются тех же ценностей и норм, то могут доверять своим коллегам и руководителям. Таким образом, связи между организационным доверием и культурой более сложные, чем это кажется на первый взгляд.

Наша концептуальная модель (рисунок 1) включает систему организационно-психологических феноменов взаимосвязанных с доверием и недоверием в организации.

Согласно этой модели личностные психологические особенности и социально-демографические характеристики работников, взаимодействуя с ценностно-смысловыми, структурными, технологически-

Психология доверия и недоверия в организации



Рис. 1. Взаимосвязи и характеристики доверия и недоверия в организации

ми и социально-экономическими характеристиками организаций, определяют индивидуальные, групповые и общеорганизационные психологические феномены. К числу последних относятся доверие и недоверие. Взаимодействие перечисленных характеристик определяет следующие свойства организационного доверия и недоверия:

- Значимость доверия и недоверия;
- Функции доверия и недоверия;
- Основания доверия и недоверия (тип доверия и недоверия);
- Степень выраженности оснований доверия и недоверия (интенсивность);
- Однородность-разнородность доверия и недоверия в разных группах организации;
- Сила и мощность доверия и недоверия;
- Степень напряженности отношений доверия и недоверия;
- Устойчивость доверия и недоверия.

Необходимо пояснить особую значимость первых трех показателей. Напомним, что анализ многообразия и разноплановости социально-психологических функций доверия и недоверия, выполненный в главе 1, привел нас к неожиданному результату: *объективно обоснованные* (заслуженные) их виды и формы, названные нами «*собственно доверие*» и «*собственно недоверие*», вполне возможно, играют в регуляции жизнедеятельности людей и общества далеко не самую главную роль. Как было отмечено в главе 1, под «*собственно доверием*» и «*собственно недоверием*» мы понимаем отношение, построенное в результате оценивания людей и объектов окружающего мира как достойных, заслуживающих доверия или, напротив, как вызывающих недоверие. Рассмотренные функции этих феноменов позволяют сделать заключение, что для жизнедеятельности организации высокозначимыми являются также другие формы доверия и недоверия, имеющие иные основания, критерии формирования и функции. Важно также, что во внутренней и внешней среде организации могут присутствовать и сосуществовать самые разнообразные формы и сочетания доверия и недоверия. Так, различные виды и степени доверия и недоверия могут характеризовать отношения внутри отдельных подразделений, между подразделениями, между различными категориями работников (руководители и рядовые сотрудники, кадровые работники и молодые специалисты и т.д.), а также отношения с деловыми партнерами, клиентами, акционерами и другими заинтересованными сторонами.

Несомненно, залогом эффективной деятельности организации выступает подлинное доверие/недоверие, основанное на компетен-

тности-некомпетентности, результативности-нерезультативности, последовательности-непоследовательности, порядочности-непорядочности, заботе-безразличии, безопасности-опасности и т.д. Помимо этого вида в современной организации, распространенными являются такие формы, как доверие и недоверие социальным ролям, сетям и категориям. Их основаниями выступают авторитет, статус, принадлежность к определенной социальной категории, формальной группе, степень заинтересованности во взаимодействии, наличие договорных обязательств, гарантий и т.д. Наряду с общими для всех видов доверия и недоверия эти формы выполняют ряд специфических функций. В частности, функции упорядочивания, регламентации, оптимизации деперсонифицированного взаимодействия в соответствии с социальными ролями; воспроизводства социальной структуры организации; самоопределения субъекта в системе ценностей, норм, целей и мотивов организации и ее социальных групп и т.д. Такие формы доверия и недоверия позволяют абстрагироваться от существующих межличностных отношений работник организации и переводят их контакты на обезличенную, формальную, деперсонифицированную основу.

Нередко в организационной среде встречается и клановое доверие/недоверие (доверие «своим» и недоверие «чужакам»). Основными специфическими его функциями выступают сохранение и воспроизводство структуры и социально-психологического пространства своей группы; демонстрация «чужаку» ее границ, а также пределов дозволенного и недозволенного; создание благоприятных условий жизнедеятельности для «своих»; укрепление и выражение позитивной групповой идентичности; выход агрессивности и др. В деловом взаимодействии с внешней средой организации доверие и недоверие выполняют также функцию обеспечения эффективного взаимодействия с потенциально ненадежными или малоизвестными партнерами. Основаниями в этом случае выступают договор, гарантии, взаимная зависимость и уязвимость, а также другие виды расчета.

В этой связи необходимо отметить, что мы понимаем под терминами *организационное доверие* и *доверие в организации*. На наш взгляд, они являются взаимозаменяемыми в большинстве случаев, когда речь идет о доверии как групповом психологическом феномене совместной жизнедеятельности. Но в то же время каждый из них может включать явления доверия, которых нет в другом. Так, в *организационное доверие* входит система доверительных отношений, в которые включена организация во внешней среде, в частности, доверие к организации заинтересованных сторон (общественности, государственных органов, партнеров, конкурентов и т.д.) или доверие

организации к ним. В то же время *доверие в организации* включает не только феномены совместной жизнедеятельности, но и феномены, связанные с личностными особенностями доверия работающих в ней людей. Например, тип личностного доверия работника не есть феномен организационного доверия, хотя и является его значимым фактором, так как может оказывать влияние на поведение и отношения человека в организации.

Представленная концептуальная модель выступила основой серии эмпирических исследований, в ходе которых получили подтверждение ряд изображенных на рисунке 1 взаимосвязей. Первой в этом ряду является взаимосвязь доверия работников коллегам и руководителям организации с психологической атмосферой, климатом и групповой сплоченностью.

## **6.2. Взаимосвязь доверия работников коллегам и руководителям с психологической атмосферой, климатом и групповой сплоченностью в организации**

---

В контексте нашего исследования особый интерес представляет анализ взаимосвязи доверия с другими организационно-психологическими феноменами. Предлагаемое ниже исследование позволяет оценить выраженность и характер взаимосвязей доверия с психологической атмосферой, климатом и групповой сплоченностью в организации. Его результаты позволяют сделать некоторые выводы о механизмах формирования доверия и закономерностях протекания социально-психологических процессов в организации.

**Цель** исследования состояла в анализе взаимосвязей доверия работников предприятия разным категориям сотрудников и психологической атмосферы в организации. **Объектом** исследования выступал персонал шести организаций, занимающихся оптовой и розничной торговлей. В опросе принимало участие 172 человека.

Были определены следующие задачи исследования:

1. Выявить особенности доверия руководству и коллегам работников каждой организации;
2. Установить взаимосвязи доверия работников разным категориям сотрудников с психологической атмосферой, климатом и групповой сплоченностью в организации;
3. Оценить особенности доверия коллегам и руководителям у мужчин и женщин;
4. Проанализировать личностную детерминацию доверия ра-

ботников разным категориям сотрудников организации.

**Методики эмпирического исследования.** В исследовании использовались следующие инструменты:

1. **Методика доверия/недоверия** сотрудникам коллегам и руководителям организации А.Б. Купрейченко (Приложение 15). Методика оценивает выраженность доверия и недоверия этим двум категориям сотрудников по пяти шкалам: надежность, единство, знание, приязнь, расчет. В данном исследовании оценивалось только доверие коллегам и руководителям.
2. **Методика доверия/недоверия личности** другим людям А.Б. Купрейченко. В данном исследовании определялась степень выраженности критериев доверия по отношению к человеку, которому доверяют больше всего, и по отношению к человеку которому больше не доверяют по 5-ти симметричным шкалам доверия/недоверия: надежность, единство, знание, приязнь, расчет.
3. **Методика оценки психологической атмосферы** в коллективе А.Ф. Фидлера.
4. **Методика диагностики психологического климата** А.Н. Лутошкина.
5. **Методика оценки групповой сплоченности** К. Сисшора.
6. **Методика оценки уровня общительности личности** В.Ф. Ряховского.
7. **Методика диагностики личностной агрессивности** А. Баса и А. Дарки.
8. **Методика личностной тревожности** Ч.Д. Спилберга.
9. **Методика «Мужественность и женственность»** Г. Вильсона.
10. **Методика измерения гендерной идентичности** С. Бем, адаптированная В.А. Лабунской и М.В. Бураковой.

В качестве основной **гипотезы** исследования мы предположили, что особенности доверия/недоверия личности другим людям оказывают значимое влияние на доверие работника своим коллегам и руководителям. Мы также считаем, что доверие в организации должно быть тесно связано с психологической атмосферой, климатом и групповой сплоченностью. Кроме того, предполагается, что доверие личности разным категориям сотрудников организации определяется ее гендерной идентичностью, агрессивностью и общительностью.

В первом этапе исследования, выполненного совместно с Ю.В. Чупыркиной, приняли участие сотрудники четырех торговых организаций в количестве 92 человек. Можно отметить следующие **организационно-психологические** особенности жизнедеятельности

каждой организации. Первая организация состоит из 4 человек, все ее работники – женщины, находящиеся в постоянном тесном общении. Во второй организации работают 9 человек, 2 из которых женщины, остальные мужчины. Работники этой организации не находятся в постоянном тесном контакте, они заняты каждый своей работой и практически не общаются между собой, общение на отвлеченные от работы темы в этом коллективе не поощряется. Третья организация самая многочисленная. В ней работают 37 человек: 13 женщин и 24 мужчин. Работники этой организации не находятся в тесном взаимодействии между собой, они распределены по отделам, которые редко взаимодействуют. В четвертой организации работает 42 человека, из них 23 человека – женщины и 19 – мужчины. В данной организации тесный контакт сотрудников поощряется как при выполнении производственных задач, так и вне работы, руководитель охотно проводит и посещает корпоративные встречи.

**Социально-экономические** характеристики жизнедеятельности организаций имеют следующие особенности. В первой организации оплата труда четко оговорена и выплачивается каждый месяц в строго отведенный для этого день. Уровень оплаты от 8 000 и до 15 000 рублей, рабочий день нормирован с 10.00 до 18.00 часов. Во второй организации оплата труда сдельная и зависит от количества совершенных сделок в месяц. Она может составлять как 6 000, так и 20 000 рублей, рабочий день нормирован с 9.00 до 18.00 часов. В третьей организации заработная плата четко оговорена, но может выплачиваться раньше или позже положенного срока. Она составляет от 10 000 до 30 000 рублей, рабочий день нормирован с 9.00 до 18.00, но сотрудники часто могут задерживаться на рабочих местах. Оплата труда в четвертой организации четко определена трудовыми договорами с сотрудниками и выплачивается в строго отведенный срок. Уровень оплаты составляет от 10 000 до 35 000 рублей. Существует система поощрений и наказаний сотрудников, что отражается на оплате труда. Рабочий день нормирован с 9.00 до 21.00, иногда сотрудников могут задерживать на рабочих местах и дольше. Для проверки основной гипотезы исследования необходимо оценить особенности личностного доверия работников 4 сравниваемых организаций. В частности, к каким типам доверия личности другим людям относятся работники каждого предприятия.

**Типы личностного доверия работников 4 торговых организаций.** После проведения кластерного анализа данных были выделены типы личностного доверия работников 4 организаций. Ранее нами



были приведены подробные описания личностных типов доверия, поэтому здесь мы лишь кратко отметим их основные особенности:

Тип 1 — «сильно дифференцирующий людей, доверяющий по надежности и расчету». У представителей этого типа дифференциация показателей доверия к «человеку, которому доверяют больше всего», (Д) и к «человеку, который доверия не оправдал» (НД), наиболее высокая. Ранее нами был описан особый подтип типа, «сильно дифференцирующего людей», который демонстрирует неожиданно крайне низкие оценки приязни по отношению к человеку, которому доверяет больше всего, и невысокие оценки единства с ним (глава 4). Наиболее значимые основания доверия — расчет и надежность.

Тип 2 — «понимающий людей, доверяющий на основе надежности и расчета» характеризуется низкой степенью дифференциации показателей «человеку, которому доверяют больше всего» (Д), и «человеку, который доверия не оправдал» (НД), по большинству показателей. Критериями доверия/недоверия выступают надежность и расчет. У этого типа высоки оценки знания человека, который доверия не оправдал.

Тип 3 — «понимающий людей, расчетливый в доверии». Это еще один из подтипов типа «понимающего людей» У этого подтипа высокие показатели знания, единства и особенно приязни по отношению к человеку, который доверия не оправдал. У него также наиболее выражен показатель расчета в отношении с человеком, которому доверяет больше всего.

Тип 4 — «сильно дифференцирующий людей, максималист» характеризуется наиболее позитивным отношением к человеку, которому доверяет больше всего, и соответственно наибольшей дифференциацией отношения к двум оцениваемым категориям людей.

Тип 5 — «недифференцирующий, принимающий людей» отличается самой слабой дифференциацией оцениваемых категорий людей. Кроме того, для него характерны самые низкие оценки расчета в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, и самые высокие оценки по этой шкале в отношениях с человеком, который доверия не оправдал. Для подтипа «принимающего людей» характерны также высокие оценки приязни и знания человека, который доверия не оправдал.

Самый многочисленный тип в нашей выборке — 4 (29% респондентов). К типам 2 и 5 относится по 20%, к типу 1 — 15%, к типу 3 — 16%. Существуют следующие особенности представленности этих типов среди работников 4-х организаций. У персонала организации 1 выявлены второй «понимающий людей, доверяющий на основе

надежности и расчета» и четвертый «сильно дифференцирующий людей, максималист» типы личностного доверия. В организации 2 самый многочисленный тип «понимающий людей, расчетливый в доверии», но также выделены типы «понимающий людей, доверяющий на основе надежности и расчета», «сильно дифференцирующий людей, максималист» и «недифференцирующий, принимающий людей». В организации 3 представлены все пять типов личностного доверия, но самый многочисленный из них — это «сильно дифференцирующий людей, максималист». И, наконец, сотрудники организации 4 относятся в основном к пятому типу личностного доверия «недифференцирующий, принимающий людей». Возможно, это связано с кадровой политикой организации, направленной на тесное взаимодействие всех сотрудников, кроме того, руководством поощряются неформальные корпоративные встречи и совместное проведение досуга.

**Особенности доверия коллегам и руководителям у людей с разным типом личностного доверия/недоверия.** Выделенные типы имеют выраженные отличия в своем отношении к коллегам (К) и руководителю (Р) (таблица 1). Интересно, что выше всего свое отношение к коллегам оценивают представители типов 5 «недифференцирующий, принимающий людей» и 4 «сильно дифференцирующий людей, максималист». Т.е. тот тип, который одинаково хорошо относится к большинству окружающих людей, и тот, который позитивно оценивает наиболее психологически близких людей. Тип 2 «понимающий людей, доверяющий на основе надежности и расчета» высоко оценивает расчет в отношениях с коллегами. Тип 3 «понимающий людей, расчетливый в доверии» выше других типов оценивает большинство показателей отношения к руководителю. Доверие руководителю, наиболее выраженное у представителей этого типа, также превышает доверие к коллегам, за исключением показателя единства. Наиболее низки показатели доверия, как коллегам, так и руководителю у представителей типа 1 «сильно дифференцирующий людей, доверяющий по надежности и расчету». Несколько выше у представителей этого типа лишь показатели расчета в отношениях с коллегами и руководителями. Вероятно, ни своих коллег, ни руководство организации такая требовательная к своему окружению личность не рассматривает в качестве психологически близких людей. Наиболее позитивно обе группы сотрудников предприятия оценивают представители типа 5 «недифференцирующий, принимающий людей».

Таким образом, можно отметить, что личностные особенности

**Таблица 1**

Средние значения показателей доверия коллегам и руководителям  
у представителей различных типов личностного доверия/недоверия

| Показатели доверия<br><br>Типы личностного доверия/недоверия              | Надежность коллег | Знание коллег | Приязнь к коллегам | Единство с коллегами | Расчет в отношении коллег | Надежность руководителя | Знание руководителя | Приязнь к руководителю | Единство с руководителем | Расчет в отношении руководителя |
|---|-------------------|---------------|--------------------|----------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------|------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| Тип 1 «сильно дифференцирующий людей, доверяющий по надежности и расчету» | 2,96              | 3,47          | 2,53               | 2,92                 | 3,63                      | 2,47                    | 2,89                | 2,53                   | 2,41                     | 3,7                             |
| Тип 2 «понимающий людей, доверяющий на основе надежности и расчета»       | 3,67              | 3,85          | 3,54               | 3,65                 | 4,05                      | 3,31                    | 3,25                | 3,18                   | 2,76                     | 3,95                            |
| Тип 3 «понимающий людей, расчетливый в доверии»                           | 3,48              | 3,66          | 3,34               | 3,66                 | 3,73                      | 3,85                    | 3,76                | 3,64                   | 3,22                     | 4,12                            |
| Тип 4 «сильно дифференцирующий людей, максималист»                        | 3,93              | 3,88          | 3,64               | 3,76                 | 4,13                      | 3,17                    | 3,26                | 3,19                   | 2,82                     | 3,8                             |
| Тип 5 «недифференцирующий, принимающий людей»                             | 4,26              | 3,65          | 4,14               | 3,78                 | 4,06                      | 3,75                    | 3,24                | 3,54                   | 3,23                     | 3,76                            |

доверия оказывают существенное влияние на доверие сотрудникам предприятия. В практическом плане последнее означает, что преобладание того или иного типа личностного доверия/недоверия среди работников делает необходимым разработку специальных мероприятий для формирования у сотрудников оптимальных уровней, а также типов доверия и недоверия к организации и к отдельным ее группам. Помимо особенностей личностного доверия, еще одним фактором нашего исследования, тесно связанным с доверием коллегам и руководителям, является психологическая атмосфера.

**Особенности психологической атмосферы в 4 торговых организациях.** Сравнение организаций по полученным с помощью методики А.Ф. Фидлера данным позволило установить, что орга-

низация 1 значительно отличается от трех других предприятий. В ней самая комфортная психологическая атмосфера, самые теплые, дружелюбные отношения между ее сотрудниками, что, возможно, объясняется ее малочисленностью и постоянным непосредственным взаимодействием сотрудников. Остальные организации, включенные в исследование, имеют более высокую численность сотрудников, которые реже общаются между собой, поскольку распределены по отделам. Вероятно, поэтому психологическая атмосфера в этих организациях менее комфортна, чем в 1-й организации. Во 2-й и 3-й организации отношения между сотрудниками менее теплые, деловые, направленные на достижение успеха. По сравнению с организацией 3 в организации 2 более высокие оценки продуктивности деятельности, но несколько ниже оценки взаимоподдержки и увлеченности. Психологическая атмосфера организации 4 отличается довольно высокими показателями дружелюбия, взаимоподдержки, увлеченности и продуктивности.

**Сопоставление 4 организаций по показателям доверия коллегам и руководителям.** По отношению к коллегам и руководителям организация 1, в которой работают четыре женщины, демонстрирует наиболее высокие оценки доверия по большинству показателей, чем остальные организации (таблица 2). Сотрудники этой малочисленной «женской» организации в большей степени склонны доверять руководителю на основании приязни и расчета, а своим коллегам на основе знания и расчета.

Организация 2 характеризуется самым низким доверием коллегам, особенно по показателю надежности. Вероятно, это связано с низкой взаимоподдержкой в данном коллективе и менее благоприятной психологической атмосферой. Однако, как было отмечено, в этой организации довольно высоки оценки продуктивности, что проявляется в отношении сотрудников к своим руководителям. Для работников организации 2 характерны довольно высокие показатели знания, приязни и расчета в отношениях с руководителем. Можно предположить, что такие особенности доверия в организации связаны с особой ролью руководителя в организации, а также со сдельной оплатой труда и существующей между рядовыми работниками конкуренцией.

Работники организации 3 в большей степени склонны доверять коллегам по надежности, знанию и единству, нежели работники организации 2. Этот результат в отсутствие тесного взаимодействия работников организации 3 может быть связан с более высокой заин-

тересованностью в результатах совместного труда. В этой организации довольно высок уровень оплаты труда. Следует также отметить, что среди работников организации 3 преобладает личностный тип доверия «максималист», основной особенностью которого является высокая степень дифференциации своего социального окружения по степени доверия. Вероятно, этим можно объяснить то, что доверие коллегам в этой организации выше, а доверие руководителю — ниже, чем в другой сравниваемой организации 2, в которой преобладает тип доверия «понимающий людей, расчетливый в доверии». У этого типа невелика разница в отношении к человеку, которому доверяют, и к человеку, который доверия не оправдал.

Для работников организации 4 характерны относительно высокие показатели доверия к коллегам по всем оцениваемым показателям. В то же время доверие руководителю в этой организации несколько ниже, чем в организациях 1 и 2, но выше, чем в организации 3. Такое сдержанно позитивное отношение к коллегам и руководителям хорошо согласуется с преобладающим у сотрудников этого предприятия типом доверия личности — «недифференцирующим, принимающим людей».

**Таблица 2**

Доверие коллегам (К) и руководителям (Р) работников 4-х торговых организаций

| Показатели доверия \ Организации | Организация №1<br>Среднее | Организация №2<br>Среднее | Организация №3<br>Среднее | Организация №4<br>Среднее |
|----------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Надежность К                     | 3,95                      | 2,97                      | 3,8                       | 3,82                      |
| Знание К                         | 4,2                       | 3,42                      | 3,83                      | 3,69                      |
| Приязнь К                        | 3,9                       | 3,15                      | 3,31                      | 3,75                      |
| Единство К                       | 3,9                       | 3,24                      | 3,57                      | 3,68                      |
| Расчет К                         | 4,5                       | 3,8                       | 4                         | 3,9                       |
| Надежность Р                     | 3,73                      | 3,45                      | 3,21                      | 3,37                      |
| Знание Р                         | 3,33                      | 3,82                      | 3,24                      | 3,2                       |
| Приязнь Р                        | 4,2                       | 3,67                      | 3,07                      | 3,21                      |
| Единство Р                       | 3,8                       | 3,4                       | 2,58                      | 3                         |
| Расчет Р                         | 4,26                      | 4,37                      | 3,98                      | 3,62                      |

Несмотря на выделенные особенности доверия в каждой из сравниваемых организаций следует отметить, что есть и некоторые общие **основания доверия работников коллегам и руководителям**. В частности, наиболее высокими являются оценки отношения к коллегам и руководителям по шкалам *знание и расчет*. Интересно также, что профили доверия к коллегам более схожи, чем профили доверия руководителю. Видимо, в отношении этой категории в малых организациях роль личности человека, занимающего руководящий пост, наиболее значима. В двух организациях в среднем уровень знания и приязни по отношению к руководителю выше, чем уровень приязни по отношению к коллегам. В то же время во всех сравниваемых организациях по отношению к коллегам выше уровень единства, что вполне закономерно.

Полученные результаты позволяют утверждать, что доверие сотрудников предприятия к различным категориям работников находится в тесной взаимосвязи с организационно-структурными факторами, экономическими условиями деятельности, а также психологической атмосферой и личностными особенностями доверия/недоверия. Детализировать и уточнить взаимосвязи показателей психологической атмосферы и доверия позволил анализ корреляций.

**Взаимосвязи доверия работников разным категориям сотрудников с психологической атмосферой, климатом и групповой сплоченностью в организации.** Корреляции показателей доверия коллегам и руководителям с показателями психологической атмосферы, климата и групповой сплоченности в организациях демонстрируют, какой вклад в оценку данных организационно-психологических феноменов вносят отдельные показатели доверия эти двум категориям сотрудников (таблица 3). Первый вполне предсказуемый результат заключается в том, что **психологическая атмосфера** в большей степени определяется отношениями с коллегами, а не руководителем. Это относится в первую очередь к таким показателям, как сотрудничество-несогласованность, взаимоподдержка-недоброжелательность, увлеченность-равнодушие, занимательность-скука, успешность-безуспешность, продуктивность-непродуктивность. Однако на значения показателей успешность-безуспешность и продуктивность-непродуктивность некоторое влияние оказывает оценка руководителя как надежного. А высокая оценка единства с руководителем повышает воспринимаемый уровень сотрудничества и увлеченности. В то же время отношение к руководителю

оказывает значимое влияние, хотя и более слабое по сравнению с влиянием отношения к коллегам, на оценки таких показателей, как дружелюбие-враждебность, согласованность-несогласованность, теплота-холодность и удовлетворенность-неудовлетворенность.

В целом наибольшее число связей с показателями психологической атмосферы имеют оценки коллег по шкалам приязнь и единство, следующая по значимости шкала — доверие к коллегам на основании расчета, затем — надежность коллег. В отношении к руководителям наибольшее число связей с показателями психологической атмосферы имеют шкалы надежности и единства. Наименьшее число связей с психологической атмосферой имеют шкалы знания коллег и руководителей. Полученные результаты о взаимосвязи отдельных показателей психологической атмосферы и доверия могут быть использованы в практической работе при проведении мероприятий по формированию оптимальной психологической атмосферы и организационной культуры.

Как видно из таблицы 3, доверие разным категориям сотрудников взаимосвязано с общими оценками **психологического климата**. Наиболее выражены связи климата с показателями знания и приязни к коллегам, а также с показателями приязни и единства с руководителем. Интересно, что отсутствуют взаимосвязи психологического климата и расчета в отношениях с этими категориями работников.

Пока достаточно сложно интерпретировать тот факт, что не выявлены значимые взаимосвязи доверия коллегам и руководителю с **групповой сплоченностью** (таблица 3). Подобный результат позволяет предположить, что групповая сплоченность и доверие не являются тождественными организационными феноменами. Вероятно, высокий уровень доверия может существовать и в организации с конкурентной внутренней средой.

Наши данные показывают, что существует лишь небольшая положительная взаимосвязь групповой сплоченности с показателями знания коллег и единства с ними. Более полную информацию могут дать дополнительные исследования, в частности, исследования доверия/недоверия в организациях с разным типом корпоративной культуры.

Для понимания механизмов формирования организационно-психологических феноменов полезно провести анализ корреляций между показателями восприятия личностью психологической атмосферы, климата и групповой сплоченности в организации и **личностными особенностями доверия**. Показателями, имею-

Таблица 3

Коэффициенты корреляции между показателями доверия и психологической атмосферы в организации (N50).

|               | Психологический климат | Групповая сплоченность | Показатели психологической атмосферы организации |                       |  |                                      |                      |                                       |   |                           |                   |                            |
|---------------|------------------------|------------------------|--|-----------------------|--|--------------------------------------|----------------------|---------------------------------------|---|---------------------------|-------------------|----------------------------|
|               |                        |                        | Дружелюбие – Враждебность                        | Согласие – Несогласие | Удовлетворенность –<br>Неудовлетворенность | Продуктивность –<br>Непродуктивность | Теплота – Холодность | Сотрудничество –<br>Несогласованность | Взаимоподдержка –<br>Недоброжелательность | Увлеченность – Равнодушие | Занятость – Скука | Успешность – Безуспешность |
| Надежность К  | 0,17                   |                        | -0,42  | -0,31                 |  | -0,25                                | -0,28                | -0,46                                 | -0,53                                     | -0,34                     | -0,32             | -0,25                      |
| Знание К      | 0,26                   | 0,14                   | -0,36  | -0,35                 | -0,41                                      |                                      |                      |                                       |   | -0,38                     | -0,24             | -0,38                      |
| Приязнь К     | 0,24                   |                        | -0,73  | -0,47                 | -0,59                                      | -0,44                                | -0,67                | -0,46                                 | -0,56                                     | -0,44                     | -0,55             | -0,55                      |
| Единство К    | 0,13                   | 0,12                   | -0,63  | -0,46                 | -0,58                                      | -0,43                                | -0,47                | -0,56                                 | -0,43                                     |                           | -0,49             | -0,48                      |
| Расчет К      |                        |                        | -0,44  | -0,34                 | -0,59                                      | -0,25                                | -0,31                | -0,38                                 | -0,49                                     | -0,41                     | -0,41             | -0,43                      |
| Надежность Р  | 0,22                   |                        | -0,47  | -0,51                 | -0,37                                      | -0,35                                | -0,33                |                                       |   | -0,36                     | -0,23             | -0,25                      |
| Знание Р      | 0,22                   |                        |  | -0,19                 | -0,23                                      |                                      |                      |                                       |   |                           |                   |                            |
| Приязнь Р     | 0,29                   |                        | -0,39  | -0,34                 | -0,34                                      | -0,25                                | -0,35                |                                       |   |                           |                   |                            |
| Единство Р    | 0,24                   |                        | -0,29  | -0,35                 | -0,27                                      |                                      | -0,22                | -0,27                                 |   | -0,21                     |                   |                            |
| Расчет Р      |                        |                        | -0,29  | -0,35                 | -0,35                                      |                                      | -0,26                |                                       |   |                           |                   |                            |
| Надежность Д  |                        | -0,18                  |  |                       | 0,27                                       |                                      |                      |                                       |   |                           |                   |                            |
| Знание Д      |                        |                        |  |                       |  |                                      | -0,25                |                                       |   |                           |                   |                            |
| Приязнь Д     | 0,23                   |                        |  |                       |  |                                      | -0,36                |                                       |   |                           |                   |                            |
| Единство Д    |                        |                        | -0,58  |                       | -0,33                                      | -0,29                                | -0,44                | -0,29                                 | -0,52                                     |                           |                   | -0,29                      |
| Расчет Д      | -0,31                  | -0,21                  | -0,26  | -0,23                 |  |                                      |                      |                                       |   |                           | -0,27             |                            |
| Надежность НД | 0,24                   |                        |  |                       | -0,23                                      |                                      |                      |                                       |   |                           |                   |                            |
| Знание НД     |                        | -0,16                  |  | -0,29                 |  | -0,23                                |                      |                                       |   |                           |                   |                            |
| Приязнь НД    |                        |                        | -0,21  | -0,23                 | -0,26                                      | -0,39                                |                      | -0,32                                 | -0,35                                     | -0,28                     |                   | -0,29                      |
| Единство НД   |                        | 0,16                   |  |                       |  |                                      |                      |                                       |   |                           |                   |                            |
| Расчет НД     | 0,24                   |                        |  |                       |  | -0,22                                |                      | -0,22                                 |   |                           |                   |                            |

щими наибольшее число связей, является единство с человеком, которому личность доверяет больше всего, и приязнь по отношению к человеку, который доверия не оправдал. Высокие показатели по этим шкалам в значительной степени определяют восприятие психологической атмосферы как отличающейся дружелюбием, удов-



летворенностью, продуктивностью, теплотой, взаимоподдержкой, успешностью и увлеченностью. Интересным является следующий результат расчет в отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, снижает оценки психологического климата. В то же время расчет в отношениях с человеком, который доверия не оправдал, напротив, характерен для личности, более позитивно оценивающей климат в организации. Меньше всего связей выявлено между личностными особенностями доверия и групповой сплоченностью. Существуют некоторая тенденция более позитивной оценки групповой сплоченности у людей, низко оценивающих надежность и расчет в своих отношениях с человеком, которому доверяют больше всего, а также тех, кто низко оценивает свое знание человека, который доверия не оправдал, и высоко — свое единство с ним. В целом полученные результаты показывают, что личностные особенности доверия другим людям в значительной степени определяют как доверие сотрудникам организации, так и восприятие психологической атмосферы и климата в организации.

**Особенности доверия мужчин и женщин разным категориям сотрудников.** В результате сравнения средних значений выявлены следующие особенности доверия женщин и мужчин своим коллегам и руководителям (таблица 4). В целом у женщин выше показатели доверия к своим коллегам и руководителям, чем у мужчин. Мужчины выше, чем женщины, оценивают уровень доверия, основанного на надежности и на расчете в отношении коллег, и доверия, основанного на расчете в отношении руководителя. Это не удивительно, так как среди них много относящихся к «прагматичному» типу доверия личности другим людям. Показатель доверия, основанного на знании второй по значимости в отношениях с коллегами и одинаков у мужчин и женщин.

Женщины — сотрудники сравниваемых предприятий — более высоко оценивают приязнь и единство в отношении с коллегами и с руководителем. В целом их оценки доверия коллегам и руководителю несколько выше, чем у мужчин. Интересно, что расчет в отношениях с коллегами и руководителями у мужчин и женщин выражен примерно одинаково и лишь несколько выше у мужчин. Это является вполне закономерным, особенно учитывая факт, что в мужской выборке преобладают типы доверия/недоверия личности другим людям, одним из оснований которых является расчет: «сильно дифференцирующий людей, доверяющий по надежности и расчету», «понимающий людей, доверяющий на основе надеж-

ности и расчета» и «понимающий людей, расчетливый в доверии». В женской выборке чаще встречаются типы «сильно дифференцирующий людей, максималист» и «недифференцирующий, принимающий людей». Эти особенности проявляются и при сравнении средних показателей доверия (Д) и недоверия (НД) мужчин и женщин (таблица 4).

**Таблица 4**

Средние значения показателей доверия коллегам (К) и руководителям (Р) организации сотрудников мужчин и женщин

| Показатели доверия | Пол     |         |
|--------------------|---------|---------|
|                    | Мужчины | Женщины |
| Надежность К       | 3,69    | 3,79    |
| Знание К           | 3,69    | 3,8     |
| Приязнь К          | 3,27    | 3,83    |
| Единство К         | 3,44    | 3,8     |
| Расчет К           | 3,98    | 3,93    |
| Надежность Р       | 3,18    | 3,49    |
| Знание Р           | 3,33    | 3,22    |
| Приязнь Р          | 3,05    | 3,45    |
| Единство Р         | 2,73    | 3,09    |
| Расчет Р           | 3,88    | 3,83    |
| Надежность Д       | 4,61    | 4,7     |
| Знание Д           | 4,35    | 4,32    |
| Приязнь Д          | 3,81    | 4,36    |
| Единство Д         | 4,04    | 4,15    |
| Расчет Д           | 4,75    | 4,56    |
| Надежность НД      | 1,35    | 1,62    |
| Знание НД          | 2,5     | 2,52    |
| Приязнь НД         | 2,17    | 2,18    |
| Единство НД        | 1,68    | 1,68    |
| Расчет НД          | 1,43    | 1,9     |

**Личностные детерминанты доверия работников разным категориям сотрудников организации.** Предположение о том, что личностные особенности доверия другим людям являются одной из наиболее значимых детерминант доверия коллегам и руководителям организации, было частично подтверждено в ходе анализа личностных типов доверия, преобладающих в каждой организации. Подтверждают это и выявленные в результате корреляционного анализа **взаимосвязи показателей доверия личности другим людям с показателями доверия личности коллегам и руководителю** (таблица 5).

**Таблица 5**

Коэффициенты корреляции показателей доверия/недоверия личности другим людям с показателями доверия личности коллегам и руководителю (N 92).

|                          | Надежность Д | Знание Д | Приязнь Д | Единство Д | Расчет Д | Надежность НД | Знание НД | Приязнь НД | Единство НД | Расчет НД |
|--------------------------|--------------|----------|-----------|------------|----------|---------------|-----------|------------|-------------|-----------|
| Надежность коллег        |              | -0,33    | 0,39      | 0,22       |          | 0,40          |           | 0,35       |             | 0,35      |
| Знание коллег            |              |          |           | 0,29       |          |               |           |            |             |           |
| Приязнь к коллегам       |              | -0,27    | 0,48      | 0,29       | -0,24    | 0,49          |           | 0,34       | 0,23        | 0,44      |
| Единство с коллегами     |              |          | 0,23      | 0,32       |          |               |           |            |             |           |
| Расчет на коллег         |              |          |           |            |          |               |           | 0,27       |             |           |
| Надежность руководителя  | 0,13         |          |           |            |          | 0,15          | 0,34      |            |             |           |
| Знание руководителя      |              | 0,23     |           | 0,31       |          |               | 0,36      |            |             |           |
| Приязнь к руководителю   |              |          |           | 0,25       |          |               | 0,32      |            |             |           |
| Единство с руководителем |              |          |           |            |          |               | 0,34      |            |             |           |
| Расчет на руководителя   |              |          |           |            | 0,41     |               | 0,24      |            |             | -0,16     |

Данные, приведенные в таблице, позволяют увидеть, что наибольшее влияние на отношение к коллегам оказывают личностные особенности отношения к человеку, которому доверяют больше всего (Д). Что позволяет предположить, что сотрудниками организаций, включенных в исследование (все четыре организации являются малыми предприятиями), их коллеги воспринимаются как психологически близкие люди. Однако на оценки надежности коллег и приязни к ним также позитивное влияние оказывают высокие показатели надежности, приязни и расчета в отношении человека, который доверия не оправдал (НД). Т.е. способность личности испытывать приязнь к человеку, который доверия не оправдал, и вера в его надежность связаны с более позитивным отношением к людям вообще и, как следствие, повышают оценки отношения к коллегам по этим шкалам. Интересно также, что уверенность в своей способности предсказывать поведение человека, который доверия не оправдал, тесно коррелирует с показателями отношения к руководителю не только по шкале знания, но и по остальным шкалам: «надежность», «приязнь», «единство» и «расчет». Если рассматривать способность прогнозировать поведение другого человека как составляющую социальной компетентности личности, то можно сказать, что доверие руководителю в значительной степени определяется представлением личности о собственной социальной компетентности и способности понимать других людей, предвидеть их поступки и строить с ними отношения.

При разработке программы исследования мы предположили, что **тревожность, общительность личности и ее агрессивность** могут выступать детерминантами доверия разным категориям сотрудников организации. Корреляционный анализ подтвердил это предположение. Как видно из таблицы 6, выявлено довольно много взаимосвязей между этими показателями. При этом взаимосвязи личностной тревожности, агрессивности и общительности с показателями личностного доверия не дублируют взаимосвязей с показателями доверия сотрудникам организации. Это означает, что данные личностные свойства оказывают непосредственное влияние на доверие в организации. Судя по полученным данным личностная тревожность способна оказать влияние на психологический комфорт человека, его социальный статус в коллективе и, как следствие, на эффективность деятельности сотрудника. Тревожность связана с неуверенностью личности в себе, с эмоциональной неуравновешенностью, робостью. В результате корреляционного анализа обнаружены значимые отрицательные взаимосвязи личностной тревожности и оценок единства

**Таблица 6**

Коэффициенты корреляции показателей доверия личности другим людям и разным категориям сотрудников организации с тревожностью, агрессивностью и общительностью личности

|                          | Личностная тревожность | Общительность личности | Личностная агрессивность |                    |                   |            |       |                  |                     |              |
|--------------------------|------------------------|------------------------|--------------------------|--------------------|-------------------|------------|-------|------------------|---------------------|--------------|
|                          |                        |                        | Физическая агрессия      | Косвенная агрессия | Раздражительность | Негативизм | Обида | Подозрительность | Вербальная агрессия | Чувство вины |
| Надежность коллег        |                        |                        |                          | 0,48               | 0,17              | -0,30      |       |                  |                     | 0,34         |
| Знание коллег            |                        |                        | -0,20                    |                    |                   | -0,16      |       |                  |                     |              |
| Приязнь к коллегам       |                        |                        | -0,16                    | 0,41               | 0,19              | -0,29      | 0,15  | -0,26            | -0,17               | 0,41         |
| Единство с коллегами     | -0,26                  |                        |                          |                    |                   | -0,17      |       | -0,24            | -0,16               | 0,34         |
| Расчет на коллег         |                        | -0,20                  |                          | 0,24               |                   | -0,16      |       |                  |                     | 0,22         |
| Надежность руководителя  |                        | 0,18                   | -0,35                    | -0,20              | -0,20             |            | -0,33 |                  | -0,26               |              |
| Знание руководителя      |                        |                        | -0,23                    | -0,40              | -0,21             |            | -0,30 |                  | -0,24               |              |
| Приязнь к руководителю   |                        |                        | -0,44                    |                    |                   |            | -0,23 |                  | -0,21               |              |
| Единство с руководителем | -0,28                  |                        | -0,46                    | -0,38              | -0,20             |            | -0,19 |                  | -0,34               |              |
| Расчет на руководителя   |                        |                        | -0,40                    | -0,36              |                   |            | -0,25 |                  | -0,19               | -0,17        |
| Надежность Д             |                        |                        |                          |                    |                   | 0,15       |       |                  | 0,17                |              |
| Знание Д                 |                        |                        | -0,17                    | -0,35              |                   |            |       |                  |                     |              |
| Приязнь Д                | 0,29                   |                        |                          | 0,28               |                   |            |       | -0,26            | -0,18               | 0,38         |
| Единство Д               |                        |                        |                          |                    |                   | 0,21       |       | -0,17            |                     |              |
| Расчет Д                 | 0,21                   | -0,19                  |                          | -0,21              | -0,24             | 0,26       |       |                  |                     |              |
| Надежность НД            | 0,29                   | 0,28                   | -0,25                    | 0,23               |                   | -0,46      | 0,22  | -0,20            | -0,31               |              |
| Знание НД                |                        | 0,33                   | -0,17                    |                    |                   | -0,24      |       |                  | -0,18               |              |
| Приязнь НД               |                        | 0,20                   |                          | 0,25               |                   |            |       |                  |                     |              |
| Единство НД              |                        | 0,24                   |                          |                    |                   | -0,23      |       | -0,16            |                     |              |
| Расчет НД                |                        | 0,34                   | -0,20                    | 0,28               | 0,15              | -0,40      | 0,25  |                  | -0,20               | 0,32         |

с коллегами и руководителями (таблица 6). Это означает, что тревожный человек сомневается в наличии у себя и сотрудников организации общих целей деятельности, интересов и мировоззрения. Таким образом, переживание состояния тревожности способствует развитию недоверия к окружающим и, таким образом, ведет к разладу в коллективе, трудностям в деловом и неформальном общении с коллегами, снижению продуктивности совместной деятельности. Можно также предположить, что низкий уровень доверия в организации способен, в свою очередь, вызывать тревожность у ее работников.

В ходе анализа не выявлены значимые взаимосвязи общительности личности и доверия сотрудникам организации. В частности, общительность несколько снижает расчет в отношениях с коллегами и повышает оценки надежности руководителя. Можно также сказать, что показатели агрессивности личности оказывают весомое влияние на доверие коллегам и руководителям. Негативное влияние на доверие коллегам оказывают склонность к физической и вербальной агрессии, подозрительность и негативизм. Последнее свойство, которое проявляется как оппозиционная манера в поведении от пассивного сопротивления до активной борьбы против установившихся обычаев и законов, способно серьезно осложнить отношение с ближайшим окружением (коллегам). Косвенная агрессия и чувство вины, напротив, повышают оценки доверия этой группе сотрудников. Можно предположить, что личность, склонная к косвенной агрессии (окольным путем направленной на другое лицо или ни на кого не направленной), старается оградить близких людей от собственной несдержанности. Чувство вины, которое выражает убеждение субъекта в том, что он является плохим человеком и связанные с этим угрызения совести, вероятно, не позволяет думать дурно об окружающих, тем самым повышая доверие к ним.

В свою очередь, доверие руководителю ниже у людей с высокими показателями физической, косвенной, вербальной агрессии, а также раздражительности и обиды (таблица 6). Не выявлено связей доверия руководителю с подозрительностью, негативизмом и чувством вины личности. Полученные данные позволяют сделать заключение, что высокая личностная агрессивность практически неизбежно снижает доверие к психологически далекими категориями людей (в нашем случае — к руководителям организации). В отношениях с психологически близкими людьми (коллегами) существуют неоднозначные связи между доверием им и отдельными показателями агрессивности личности.

В ходе анализа были выявлены особенности доверия коллегам и руководителям у мужчин и женщин. Интересно выяснить, обус-

ловлены ли эти различия только особенностями социальных ролей двух полов или же влияние оказывает также и **гендерная идентичность** их представителей. С этой целью было выполнено специальное исследование, проведенное совместно с А. Переходцевой. В нем приняли участие 80 человек (мужчин и женщин по 50%), являющиеся работниками двух торговых организаций. Диагностика гендерной идентичности респондентов позволила выявить следующие типы, представленные в данной выборке.

1. Гиперфемининный тип, отличающийся максимальным преобладанием женских качеств, убеждений и предпочтений. К этому типу относятся 9 человек, все они — женщины.

2. Андрогиный тип (смешанный), к которому относятся 36 человек: 25 мужчин и 11 женщин.

3. Фемининный тип, включает 18 человек: 17 женщин и 1 мужчину.

4. Маскулинный тип, к которому относятся 17 человек: 14 мужчин и 3 женщины.

Для получения более точных данных в ходе исследования респонденты оценивали свое отношение к трем группам сотрудников: коллеги по отделу, сотрудники других отделов, руководители. Статистическому анализу подверглись первичные показатели доверия/недоверия, оцениваемые по 25 вопросам анкеты. В результате сопоставления доверия *коллегам по отделу* у работников разного пола и типа гендерной идентичности были получены следующие результаты, представленные в таблице 7.

Анализ представленных данных показывает, что выраженность у личности маскулинных черт (маскулинный и андрогиный типы) повышает оценки надежности (вопросы №№ 1, 16), расчета (№ 10), знания (№№ 17, 22), единства (№№ 9, 19). Можно сказать, что у представителей этих типов общий уровень доверия своим коллегам выше, чем у фемининного и гиперфемининного типа. Последний отличается наиболее низким уровнем доверия по всем оцениваемым шкалам. Единственный первичный показатель, значения которого наиболее высоки у гиперфемининного типа, — привязанность к коллегам (вопрос № 3). Интересно также, что любовь к своим коллегам (№ 18) выше всего у андрогиного типа — этот показатель превышает его значение у всех остальных сравниваемых групп, в том числе мужчин и женщин. Сопоставление двух типов, членами которых в нашей выборке являются женщины (гиперфемининный и фемининный), показывает, что гиперфемининный несколько хуже оценивает свои отношения с коллегами по отделу (кроме показателей привязанности и любви).

**Таблица 7.** Средние значения и различия в доверии коллегам по отделу  
Доверие и недоверие в различных сферах жизнедеятельности человека  
у работников разного пола и типа гендерной идентичности

| Параметр\группа   | Тип гендерной идентичности |                  |                 |                  | Пол     |         | Группы и типы, различия между которыми значимы  |
|---|----------------------------|------------------|-----------------|------------------|---------|---------|---|
|   | 1<br>Гиперфемининный       | 2<br>Андрогинный | 3<br>Фемининный | 4<br>Маскулинный | Мужской | Женский |   |
| 1. Он подтвердил, что надежен, в какую бы деятельность ни был вовлечен      | 3,88                       | 4,11             | 3,94            | 3,52             | 3,75    | 4,02    | 2 и 4 $p < 0,001$   |
| 2. Он непредсказуем   | 2,55                       | 1,97             | 2,27            | 1,94             | 1,67    | 2,52    | М и Ж $p < 0,0002$  |
| 3. По отношению к нему я испытываю привязанность                            | 3,55                       | 2,36             | 3,44            | 1,88             | 1,75    | 3,52    | 1 и 4 $p < 0,0004$<br>1 и 2 $p < 0,02$<br>3 и 4 $p < 0,0001$<br>3 и 2 $p < 0,009$<br>М и Ж $p < 0,0001$ |
| 9. У нас одинаковые жизненные ценности                                      | 2,44                       | 3,30             | 3,11            | 3,58             | 3,52    | 2,92    | 1 и 4 $p < 0,001$<br>1 и 2 $p < 0,01$<br>М и ж $p < 0,002$  |
| 10. Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его | 3,88                       | 4,55             | 3,72            | 4,35             | 4,65    | 3,85    | 3 и 4 $p < 0,04$<br>2 и 3 $p < 0,003$<br>М и ж $p < 0,0001$   |
| 13. Он мне очень нравится   | 3,66                       | 3,75             | 3,66            | 3,64             | 3,55    | 3,85    | М и ж $p < 0,04$  |
| 16. Он не причинит мне вреда, даже если я покажу ему свою уязвимость        | 3,11                       | 3,69             | 3,33            | 4,23             | 3,95    | 3,37    | 2 и 4 $p < 0,02$<br>1 и 4 $p < 0,0007$<br>3 и 4 $p < 0,0004$<br>М и Ж $p < 0,007$                       |
| 17. Мне кажется, я хорошо знаю его  | 2,77                       | 3,41             | 3,33            | 3,76             | 3,55    | 3,25    | 1 и 4 $p < 0,01$  |
| 18. Я люблю этого человека  | 3,33                       | 3,55             | 3,00            | 3,52             | 3,50    | 3,30    | 2 и 3 $p < 0,03$  |
| 19. У нас с ним общие интересы  | 2,77                       | 3,38             | 3,38            | 3,64             | 3,42    | 3,32    | 1 и 4 $p < 0,03$  |
| 21. Он всегда готов предложить мне поддержку                                | 4,00                       | 3,80             | 4,05            | 3,70             | 3,55    | 4,17    | М и Ж $p < 0,0003$  |
| 22. Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение          | 2,88                       | 4,08             | 3,55            | 4,23             | 4,12    | 3,60    | 1 и 4 $p < 0,0005$<br>1 и 2 $p < 0,0009$<br>3 и 4 $p < 0,003$<br>2 и 3 $p < 0,006$<br>М и Ж $p < 0,003$ |



Сравнивая гендерные и половые особенности доверия коллегам можно отметить, что по показателям непредсказуемости коллег, приязни к ним и поддержки с их стороны имеются межполовые различия, но отсутствуют гендерные. По-видимому, эти аспекты взаимоотношений в большей степени регулируются социальными нормами и ролями женщин и мужчин, а не их гендерными предпочтениями и убеждениями.

Следующий этап анализа был посвящен отношениям респондентов к *сотрудникам всего предприятия*. Данные приведены ниже в таблице 8. Следует отметить, что это отношение в целом у всех сравниваемых групп менее позитивно, чем отношение к коллегам по отделу.

Анализ особенностей отношения к сотрудникам всего предприятия работников разного пола и типа гендерной идентичности

**Таблица 8.** Средние значения и различия в доверии сотрудникам предприятия у работников разного пола и типа гендерной идентичности

| Параметр\группа   | Тип гендерной идентичности |                  |                 |                 | Пол     |         | Группы и типы, различия между которыми значимы   |
|---|----------------------------|------------------|-----------------|-----------------|---------|---------|--|
|   | 1<br>Гиперфемининный       | 2<br>Андрогинный | 3<br>Фемининный | 4<br>Маскулиный | Мужской | Женский |  |
| 1   | 2                          | 3                | 4               | 5               | 6       | 7       | 8  |
| 1. Он подтвердил, что надежен, в какую бы деятельность ни был вовлечен      | 3,33                       | 3,69             | 3,22            | 3,70            | 3,90    | 3,20    | 2 и 3 $p < 0,008$<br>3 и 4 $p < 0,02$<br>М и Ж $p < 0,0001$  |
| 3. По отношению к нему я испытываю привязанность                            | 3,22                       | 2,02             | 2,44            | 1,88            | 1,82    | 2,62    | 1 и 4 $p < 0,0002$<br>1 и 3 $p < 0,02$<br>1 и 2 $p < 0,0001$<br>М и Ж $p < 0,0001$                   |
| 9. У нас одинаковые жизненные ценности                                      | 2,77                       | 2,97             | 2,61            | 3,05            | 3,10    | 2,67    | М и Ж $p < 0,03$   |
| 10. Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его | 3,11                       | 3,94             | 3,44            | 4,00            | 4,12    | 3,37    | 1 и 4 $p < 0,007$<br>1 и 2 $p < 0,005$<br>2 и 3 $p < 0,01$<br>3 и 4 $p < 0,01$<br>М и Ж $p < 0,0002$ |

Таблица 8 (продолжение)

| 1   | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 8  |
|---|------|------|------|------|------|------|--|
| 16. Он не причинит мне вреда, даже если я покажу ему свою уязвимость                      | 3,22 | 3,13 | 2,88 | 3,64 | 3,30 | 3,10 | 4 и 2 $p < 0,03$<br>1 и 4 $p < 0,04$<br>3 и 4 $p < 0,001$  |
| 17. Мне кажется, я хорошо знаю его  | 2,44 | 3,36 | 2,55 | 3,41 | 3,45 | 2,72 | 1 и 4 $p < 0,0005$<br>1 и 2 $p < 0,0007$<br>2 и 3 $p < 0,001$<br>3 и 4 $p < 0,002$<br>М и Ж $p < 0,0006$ |
| 18. Я люблю этого человека  | 2,77 | 2,94 | 2,38 | 3,17 | 3,12 | 2,57 | 2 и 3 $p < 0,01$<br>1 и 4 $p < 0,006$<br>М и Ж $p < 0,001$   |
| 19. У нас с ним общие интересы  | 2,66 | 3,66 | 2,94 | 3,70 | 3,80 | 3,00 | 1 и 4 $p < 0,001$<br>2 и 3 $p < 0,003$<br>3 и 4 $p < 0,02$<br>М и Ж $p < 0,0001$                         |
| 20. Я слышан от других людей о его хорошей репутации                                      | 3,22 | 3,61 | 2,88 | 3,76 | 3,65 | 3,22 | 2 и 3 $p < 0,01$<br>3 и 4 $p < 0,01$   |
| 21. Он всегда готов предложить мне поддержку  | 3,22 | 3,66 | 3,00 | 3,64 | 3,67 | 3,25 | 2 и 3 $p < 0,01$<br>М и Ж $p < 0,02$   |
| 22. Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение                        | 2,44 | 3,50 | 2,77 | 3,41 | 3,60 | 2,80 | 1 и 4 $p < 0,005$<br>1 и 2 $p < 0,003$<br>2 и 3 $p < 0,005$<br>3 и 4 $p < 0,01$<br>М и Ж $p < 0,0003$    |
| 23. Я принимаю его таким, какой он есть   | 3,66 | 4,16 | 3,44 | 4,41 | 4,45 | 3,55 | 2 и 3 $p < 0,001$<br>3 и 4 $p < 0,0009$<br>М и Ж $p < 0,0001$  |
| 24. Мои и его задачи совпадают  | 3,55 | 3,75 | 3,16 | 3,58 | 3,65 | 3,47 | 2 и 3 $p < 0,01$   |
| 25. К сожалению, он не понимает, что ему выгодно выполнить свои обязательства передо мной | 3,44 | 2,55 | 2,66 | 2,41 | 2,22 | 3,07 | 1 и 4 $p < 0,01$<br>1 и 2 $p < 0,01$<br>М и Ж $p < 0,0001$   |

показал, что эти особенности в целом те же, что и в отношении к коллегам по отделу. Более маскулинные работники выше оценивают большинство показателей доверия сотрудникам предприятия.

Сохраняются и другие отмеченные ранее особенности типов гендерной идентичности. Однако, если отношение к коллегам гиперфемининных женщин отличалось наименьшим уровнем доверия, то их отношение к сотрудникам отдела мало отличается от отношения фемининных женщин, а зачастую становится более положительным. Это относится, в частности, к показателям единства (вопросы №№ 9, 24), надежности и поддержки (№№ 16, 21), расчета, основанного на репутации (№ 20). В связи с эти представляет интерес и тот факт, что показатель недоверия по расчету (№ 25) наиболее высок у гиперфемининного типа. Т.е. их отношение к сотрудникам предприятия, с одной стороны, более позитивно, чем у фемининных женщин, а с другой стороны, в нем имеются противоречия и амбивалентность.

Сопоставление отношения к *руководителям* у работников разного пола и типа гендерной идентичности позволило выявить следующие наиболее интересные особенности, приведенные в таблице 9. В ходе анализа установлено, что в отношении к руководителю гендерная идентичность является высокозначимым фактором. Вероятно, это объясняется большей персонификацией данных отношений по сравнению с отношениями к другим категориям сотрудников.

Однако, как и в отношениях с другими категориями сотрудников маскулинные и андрогинные работники дают схожие оценки по шкале знания руководителя (вопросы №№ 12, 17, 22) и расчета в отношениях с ним (№№ 10, 15). Они довольно высоко оценивают эти показатели. В то же время несколько неожиданным является результат, что гиперфемининные женщины по своему отношению к руководителю ближе к маскулинному и иногда андрогинному типу, а не к фемининному. Так, гиперфемининные женщины так же, как и маскулинные работники, оценивают на среднем уровне непредсказуемость руководителя, считают, что отстаивают общие принципы, не боятся показать свою уязвимость и ожидают от него помощи и поддержки. Женщины этого типа, так же как и андрогинные работники, считают руководителя довольно последовательным и считают возможным доверять ему на основании расчета. Гиперфемининные женщины испытывают более сильную, чем другие типы, приязнь и привязанность к руководителю, высоко оценивают его надежность и доверяют его репутации. Однако это отношение не лишено амбивалентности — они также выше оценивают непредсказуемость руководителя и неприязнь к нему (таблица 9).

В целом можно сказать, что доверие руководителю наиболее выражено и непротиворечиво у маскулинного типа гендерной идентичности. Некоторые основания интерпретации этого результата

**Таблица 9.** Средние значения и различия в доверии к руководителям у работников разного пола и типа гендерной идентичности

| Параметр\группа   | Тип гендерной идентичности |                  |                 |                 | Пол     |         | Группы и типы, различия между которыми значимы           |
|---|----------------------------|------------------|-----------------|-----------------|---------|---------|--|
|   | 1<br>Гиперфемининный       | 2<br>Андрогинный | 3<br>Фемининный | 4<br>Маскулиный | Мужской | Женский |  |
| 1   | 2                          | 3                | 4               | 5               | 6       | 7       | 8  |
| 3. По отношению к нему я испытываю привязанность                            | 3,11                       | 2,11             | 2,61            | 2,35            | 1,97    | 2,80    | М и Ж $p<0,008$<br>1 и 2 $p<0,04$                        |
| 5. Он хочет создать репутацию человека, выполняющего свои обещания          | 4,33                       | 3,05             | 3,66            | 2,70            | 2,67    | 3,85    | М и Ж $p<0,0001$<br>1 и 4 $p<0,004$<br>1 и 2 $p<0,005$   |
| 6. Я выяснил, что он надежен, особенно в тех случаях, что важны для меня    | 3,77                       | 2,80             | 3,55            | 3,47            | 2,72    | 3,72    | М и Ж $p<0,0001$<br>1 и 2 $p<0,02$                       |
| 7. Он очень последователен  | 3,66                       | 3,55             | 3,72            | 3,17            | 3,25    | 3,80    | М и Ж $p<0,01$<br>4 и 1, 2 $p<0,005$                     |
| 8. По отношению к нему я чувствую неприязнь                                 | 2,44                       | 2,25             | 2,00            | 2,00            | 2,25    | 2,07    |  |
| 9. У нас одинаковые жизненные ценности                                      | 2,77                       | 2,80             | 3,22            | 3,05            | 2,60    | 3,30    | М и Ж $p<0,004$  |
| 10. Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его | 3,88                       | 4,27             | 3,38            | 4,52            | 4,42    | 3,75    | М и Ж $p<0,0007$<br>1 и 4 $p<0,004$                      |
| 11. Он всегда придет на помощь, если моим интересам что-то угрожает         | 4,11                       | 3,58             | 3,61            | 3,76            | 3,55    | 3,82    | 1 и 2 $p<0,04$   |
| 12. Поведение этого человека соответствует моим ожиданиям                   | 3,11                       | 4,19             | 3,50            | 4,05            | 4,22    | 3,55    | М и Ж $p<0,0002$<br>1 и 4 $p<0,0004$<br>1 и 2 $p<0,0001$ |
| 13. Он мне очень нравится   | 3,88                       | 3,50             | 3,72            | 3,35            | 3,32    | 3,80    | М и Ж $p<0,007$<br>1 и 4 $p<0,005$                       |
| 14. Мы с ним отстаиваем одни и те же принципы                               | 3,66                       | 3,25             | 3,22            | 3,88            | 3,55    | 3,30    | 2 и 4 $p<0,04$   |

Таблица 9 (продолжение)

| 1   | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7    | 8   |
|---|------|------|------|------|------|------|---|
| 15. Он осознает, что если обманет доверие, то потеряет больше, чем выиграет | 3,55 | 4,02 | 3,50 | 4,47 | 4,40 | 3,50 | М и Ж $p < 0,0001$<br>2 и 4 $p < 0,01$<br>1 и 4 $p < 0,001$ |
| 16. Он не причинит мне вреда, даже если я покажу ему свою уязвимость        | 3,66 | 3,16 | 3,38 | 3,88 | 3,35 | 3,50 | 2 и 4 $p < 0,002$   |
| 17. Мне кажется, я хорошо знаю его  | 3,00 | 3,69 | 2,83 | 4,05 | 3,97 | 3,02 | М и Ж $p < 0,0001$<br>1 и 4 $p < 0,01$                      |
| 19. У нас с ним общие интересы  | 3,11 | 3,44 | 2,88 | 3,58 | 3,57 | 3,05 | М и Ж $p < 0,002$   |
| 20. Я слышал от других людей о его хорошей репутации                        | 3,77 | 3,25 | 3,55 | 3,23 | 3,07 | 3,67 | М и Ж $p < 0,004$<br>1 и 2, 4 $p < 0,005$                   |
| 21. Он всегда готов предложить мне поддержку                                | 4,22 | 3,58 | 3,16 | 3,94 | 3,77 | 3,50 | 1 и 3 $p < 0,02$  |
| 22. Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение          | 2,88 | 3,41 | 2,88 | 3,70 | 3,65 | 2,95 | М и Ж $p < 0,0009$<br>4 и 1, 3 $p < 0,005$                  |
| 23. Я принимаю его таким, какой он есть                                     | 4,11 | 4,08 | 3,72 | 4,29 | 4,40 | 3,70 | М и Ж $p < 0,0002$  |

были получены при анализе ценностных ориентаций работников разных типов гендерной идентичности. Среди наиболее интересных особенностей можно отметить тот факт, что для женщин с маскулинными чертами наиболее значимые ценности лежат в сфере признания и уважения. Кроме того, крайне важно чувство независимости и дружба как форма признания личности. Вполне закономерно, что отношения с руководителем у таких людей будут строиться на основании взаимопонимания и доверия.

Андрогины в целом высоко оценивают свое знание руководителя, однако они не уверены, что могут получить от него помощь, и опасаются показать ему свою уязвимость. Не выраженными являются и оценки единства с руководителем. Этот результат согласуется с данными, полученными в ходе анализа ценностных ориентаций. Так, установлено, что для мужчин с андрогинным типом в большей степени, чем для других, важна воспитанность, хорошее чувство юмора, образованность, ответственность, рационализм и самоконтроль.

Судя по всему, представители этого типа гендерной идентичности более независимы, склонны к самостоятельной работе в условиях отсутствия контроля.

Интересен такой результат гиперфемининные женщины в высокой степени рассчитывают на помощь и поддержку руководителя, считая его надежным и доверяя его репутации. Хотя их отношение не лишено амбивалентности, в целом уровень доверия руководителю выше, чем у андрогинов и фемининных женщин. Такие результаты нуждаются в объяснении. Можно предположить, что отношения с руководителями лучше складываются у маскулинных мужчин и гиперфемининных женщин по той причине, что такие работники более соответствуют ролевым ожиданиям руководителя. Могут отличаться производственные задачи, которые поручаются работникам разного типа гендерной идентичности. Вполне вероятно, что андрогинные и фемининные женщины способны к выполнению более ответственной работы по сравнению с гиперфемининными. Кроме того, стремясь проявить себя, андрогинные женщины реже обращаются с просьбами о помощи. Этим и объясняются их более низкие оценки надежности и поддержки со стороны руководителя. Анализ ценностных ориентаций показал, что женщин фемининного типа отличает особая значимость таких ценностей, как любовь, творчество, интересная работа. У мужчин с феминными чертами наиболее важными ценностями являются любовь, творчество, свобода, т.е. эмоционально ярко окрашенные ценности. Менее важны для них развитие и развлечения. В то же время, для гиперфемининных женщин первостепенную роль играет творчество и уверенность в себе. Таким образом, гиперфемининные женщины могут быть творческими и активными работниками. Будучи более сензитивными и расположенными к руководителю, они лучше понимают его требования и стремятся максимально точно выполнить указания. Руководителю легче контролировать и оценивать их работу, поскольку те нуждаются в поддержке и помощи с его стороны. Эти обстоятельства также могут определять более высокий уровень доверия между гиперфемининными женщинами и руководителем.

**Резюме.** Проведенное исследование доверия коллегам и руководителям у работников 6 торговых организаций показало, что существует тесная взаимосвязь показателей доверия с оценками психологической атмосферы, климата и групповой сплоченности в организации. Полученные результаты подтвердили, что значимыми факторами доверия в организации являются структурные и экономические особенности организации, а также ее численный состав и рас-

пределение работников по полу. Установлено, что доверие коллегам и руководителю связано с особенностями доверия личности другим людям, в частности, с типом межличностного доверия/недоверия. На доверие сотрудникам организации оказывают также влияние личностная агрессивность, тревожность и тип гендерной идентичности. Следующее эмпирическое исследование позволило подтвердить полученные результаты и конкретизировать взаимосвязь личностного доверия с психологической атмосферой и климатом в организации.

### **6.3. Доверие/недоверие личности другим людям как фактор психологического климата и атмосферы в организации**

---

**Целью** работы являлось установление взаимосвязи особенностей личностного доверия/недоверия с восприятием психологического климата и атмосферы, в частности, с представлениями работников об эффективности деятельности организации. Исследование было проведено совместно с Е.С. Павловой и К.В. Левановым.

**Объектом** исследования выступили 4 организации производственного профиля: строительная компания, завод по производству электронной аппаратуры, ткацкая фабрика, швейное производство. Общая выборка исследования — 135 человек.

На психологическую атмосферу и климат в этих организациях влияет большое количество социально-экономических и организационно-психологических факторов, связанных с особенностями внешней и внутренней среды организации. Поэтому для того чтобы проследить влияние на оценку психологической атмосферы такой индивидуально-психологической характеристики, как личностные особенности доверия/недоверия необходимо провести детальный анализ специфики деятельности различных категорий работников в каждой организации. В соответствии с этой целью были выделены типы восприятия психологической атмосферы в каждой организации и сопоставлены особенности оценки психологической атмосферы в различных группах работников организаций.

Выявление взаимосвязи личностных особенностей доверия и восприятия психологической атмосферы было проведено при помощи качественных и количественных методов, для чего применялся кластерный анализ и непараметрические методы математической статистики. Кроме того, интерес представлял анализ и других личностных детерминант восприятия психологической атмосферы. В частности, при помощи корреляционного анализа были выявлено влияние на

восприятие психологической атмосферы уровня субъективного контроля, «веры в людей» и личностной тревожности.

Общий анализ показал, что в оценках работниками 4 организаций психологической атмосферы существуют значимые различия (таблица 10). Жирным шрифтом в таблице выделены наиболее высокие оценки психологической атмосферы, курсивом — наиболее низкие (наиболее позитивные).

Сравнивая оценки, можно сказать, что наиболее позитивно психологическая атмосфера оценивается работниками завода электронной аппаратуры. Эта организация существует несколько десятков лет, выстояла в сложный перестроечный период, выдержала конкуренцию в новых условиях. На сегодняшний день у нее относительно стабильное и устойчивое положение, нет сокращений персонала, рабочие вовремя получают заработную плату. В то же время психологическая

**Таблица 10**

Показатели психологической атмосферы  
в четырех сравниваемых организациях

|                                       | Организация № 1<br>Строительная кампания<br>(N 40) Среднее | Организация № 2<br>Завод электр. аппаратуры<br>(N 25) Среднее | Организация № 3<br>Швейное производство<br>(N 44) Среднее | Организация № 4<br>Ткацкая фабрика<br>(N 26) Среднее |
|---------------------------------------|--|---|---|--|
| Дружелюбие-Враждебность               | 2,50   | 2,52  | 3,00  | 3,08   |
| Согласие-Несогласие                   | 2,92   | 3,24  | 3,23  | 4,00   |
| Удовлетворенность-Неудовлетворенность | 3,20   | 3,40  | 3,55  | 4,46   |
| Продуктивность-Непродуктивность       | 3,55   | 2,80  | 3,68  | 4,04   |
| Теплота-Холодность                    | 3,15   | 2,88  | 3,64  | 3,88   |
| Сотрудничество-Несогласованность      | 3,50   | 2,24  | 3,34  | 3,62   |
| Взаимоподдержка-Недоброжелательность  | 3,50   | 2,28  | 3,25  | 3,92   |
| Увлеченность-Равнодушие               | 3,75   | 2,80  | 3,70  | 4,08   |
| Занимательность-Скука                 | 3,40   | 2,44  | 3,66  | 4,12   |
| Успешность-Безуспешность              | 3,45   | 2,44  | 3,75  | 3,88   |



атмосфера организации 1 — строительной компании оценивается как наиболее дружелюбная, отличающаяся согласием и удовлетворенностью. Данная организация создана недавно, коллектив рабочих не является сложившимся, текучесть кадров довольно высокая. Менее всех довольны психологической атмосферой своей организации работники ткацкой фабрики. Они отметили такие ее характеристики как неудовлетворенность, непродуктивность, равнодушие и скука.

Предварительный анализ особенностей личностного доверия/недоверия работников этих организаций показал, что наша гипотеза о существовании связи между особенностями доверия личности и восприятием психологической атмосферы может подтвердиться. В таблице 11 представлены типы личностного доверия/недоверия, преобладающие среди работников каждой организации (описания основных типов доверия/недоверия личности другим людям приведены в главе 4).

Так, сравнивая психологическую атмосферу организаций 3 и 4 сходного профиля деятельности (ткацкое и швейное производство) видно, что оценки успешности и продуктивности в этих организациях не столь сильно разнятся, однако велики различия в оценках согласия и взаимоподдержки. Сравнивая типы доверия/недоверия работников

**Таблица 11**

Типы личностного доверия/недоверия работников 4-х организаций

|   | Типы доверия/недоверия личности другим людям   |
|---|--|
| Организация №1 –<br>Строительная кампания<br>(N 40)           | «Эмоционально доверяющий» – 62,5%<br>«Понимающий людей» – 25%<br>«Максималист» – 12,5%   |
| Организация №2 –<br>Завод электронной<br>аппаратуры<br>(N 25) | «Максималист» – 40%<br>«Понимающий людей» -32%<br>«Доверие эмоциональное и на основе надежности» – 28%                                     |
| Организация №3 -<br>Ткацкая фабрика<br>(N 26)                 | «Максималист» – 28%<br>«Высокодоверяющий» –28%<br>«Понимающий людей» – 28%<br>«Доверяющий на основании тождества и надежности» – 16%       |
| Организация №4 –<br>Швейное производство<br>(N 44)            | «Понимающий людей» – 45%<br>«Высокодоверяющий» – 30%<br>«Максималист» – 11,5%<br>«Доверяющий на основании тождества и надежности» – 11, 5% |

этих же организаций, мы видим, что в №4 преобладает тип «понимающий людей», который не склонен предъявлять к окружающим людям высоких требований, терпим к ним и отличается низкой дифференциацией отношения к различным категориям людей. Можно предположить, что различия в оценках психологической атмосферы этих организаций в высокой степени определяются личностными особенностями отношения их работников к другим людям, в частности, особенностями личностного доверия. Более полную и надежную информацию можно получить, проведя анализ особенностей личностного доверия и восприятия психологической атмосферы **различных профессиональных и социально-экономических групп, а также первичных коллективов** каждой организации. Первой организацией в нашем исследовании выступила строительная компания.

**Особенности восприятия психологической атмосферы и личностного доверия/недоверия у рабочих и служащих строительной организации.** В исследовании приняли участие 40 работников строительной организации, которые были поделены на 2 группы:

1 группа — рабочие строительных специальностей, работающие на одном объекте, в количестве 33 человек. Мужчин в 1,5 раза больше, чем женщин.

2 группа — работники офиса — секретариата и бухгалтерии (служащие), которые постоянно контактируют и находятся в непосредственном взаимодействии — женщины в количестве 7 человек.

Социально-экономические характеристики труда:

Структура оплаты труда — тарифная (месячная).

Уровень оплаты — средний 5–7 т. рублей, выше среднего 12–15 т. рублей.

Условия труда — с 8:00 до 17:00, часть рабочих живет там же, где и работает.

Стиль руководства — демократический.

В исследовании использовались следующие **методики**:

1. Методика доверия/недоверия личности другим людям А.Б. Купрейченко.

2. Методика «Вера в людей» М. Розенберга, которая измеряет степень веры в способность большинства людей к сотрудничеству, взаимопомощи, принятию ответственности. Сопоставление результатов методики Розенберга и авторской методики позволяет лучше понять природу индивидуальных особенностей доверия.

3. Методика оценки уровня субъективного контроля личности.

**Оценки показателей эффективности деятельности и доверия**

**у рабочих и служащих строительной организации.** Анализ различий по шкалам методики оценки психологической атмосферы, относящимся к эффективности деятельности коллектива, показал, что группа служащих (работники офиса) оценивает работу организации как более успешную, продуктивную. Отношения доверия в этой группе строятся на основе надежности и приязни (таблица 12).

По данным, приведенным в таблице, видно, что в группе служащих выше показатели удовлетворенности и успешности коллектива. Служащие в этой организации — женщины, среди рабочих преобладают мужчины, в то же время мы считаем, что полученные различия определяются социально-экономическими факторами работы, а не половой принадлежностью, т.е. большее влияние оказывает характер деятельности, стиль руководства, уровень оплаты, условия труда. В группе офисных служащих эти условия значительно лучше.

Сравнивая показатели доверия можно сказать, что в группе служащих сильнее выражено доверие на основе надежности. Одно из возможных объяснений заключается в том, что такой тип людей больше подходит для работы, которая характеризуется постоянным взаимодействием, совместным решением общих задач, но персонализированной ответственностью. Группа более сплоченна — ее члены отзывчивы, способны оказать помощь, поддержать в трудной ситуации. Детальный анализ различий между двумя группами организации был проведен после выделения различных типов оценки психологической атмосферы.

В результате кластерного анализа были определены основные

**Таблица 12**

Различия между группами рабочих и служащих строительной организации в оценках доверия и эффективности работы

| ПЕРЕМЕННЫЕ                        | Рабочие<br>Среднее | Служащие<br>Среднее | T-критерий | P    |
|-----------------------------------|--------------------|---------------------|------------|------|
| Доверие на основе надежности      | 3,8                | 4,6                 | - 1,95     | 0,05 |
| Доверие на основе приязни         | 3,5                | 4,7                 | - 2,6      | 0,01 |
| Продуктивность – Непродуктивность | 3,66               | 3,00                | 1,53       | 0,13 |
| Успешность – Безуспешность        | 3,57               | 2,86                | 1,75       | 0,08 |

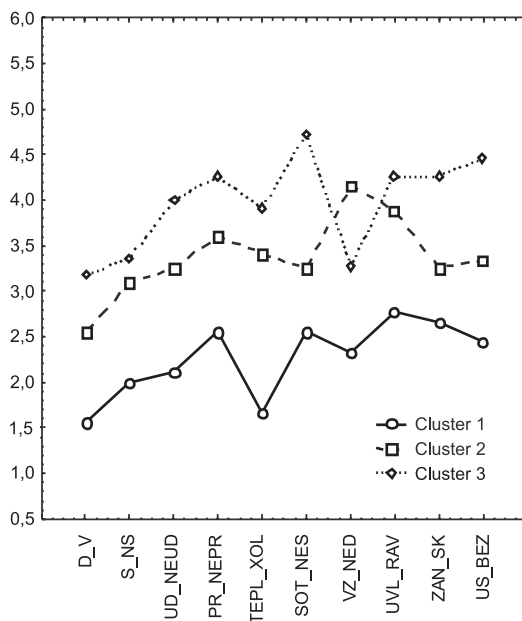
**типы оценки психологической атмосферы работниками строительной организации:**

1 тип — позитивная оценка психологической атмосферы — 9 человек;

2 тип — нейтральная оценка психологической атмосферы — 13 человек;

3 тип — негативная оценка психологической атмосферы — 18 человек. (рисунок2).

Важным результатом является то, что существует тесная вза-



**Рис. 2.** Типы оценки психологической атмосферы работниками организации 1 (строительная).

D\_V — Дружелюбие — Враждебность

S\_NS — Согласие — Несогласие

UD\_NEUD — Удовлетворенность — Неудовлетворенность

PR\_NEPR — Продуктивность — Непродуктивность

TEPL\_XOL — Теплота — Холодность

SOT\_NES — Сотрудничество — Несогласованность

VZ\_NED — Взаимоподдержка — Недоброжелательность

UVL\_RAV — Увлеченность — Равнодушие

ZAN\_SK — Занимательность — Скука

US\_BEZ — Успешность — Безуспешность

имосвязь между психологическими показателями эффективности работы организации (успешность, продуктивность, удовлетворенность) и эмоциональными оценками психологической атмосферы (теплота–холодность, увлеченность–скука и т.д.).

Нами были проанализированы социально-демографические характеристики представителей различных типов восприятия психологической атмосферы в коллективе. Среди представителей 1-го типа (позитивная оценка) женщин больше, чем мужчин. К этому типу относится 6 из 7 женщин — служащих офиса. Их возраст от 30 до 40 лет. Таким образом, практически все служащие офиса вполне удовлетворены психологической атмосферой в коллективе. Только одна сотрудница относится к типу 2 (нейтральная оценка психологической атмосферы).

Большая часть рабочих строительной организации относятся к типам с нейтральной и негативной оценкой психологической атмосферы. Интересно также, что 3-й тип (негативная оценка) оценивает психологическую атмосферу как неблагоприятную за исключением показателя взаимоподдержки и дружелюбия. Он характерен для двух возрастных групп: людей от 20 до 30 лет (70% людей этого возраста относятся к типу 3) и людей старше 40 лет (50%). Остальные сотрудники старше 40 лет нейтрально оценивают психологическую атмосферу, позитивных оценок в этой возрастной группе нет.

В задачи нашего исследования входило соотнесение типов восприятия психологической атмосферы и особенностей личностного доверия/недоверия. В результате кластерного анализа были выделены **три типа личностного доверия/недоверия, которые встречаются среди работников этой организации**: 1 тип — «Понимающий людей»; 2 тип — «Эмоционально доверяющий»; 3 тип — «Максималист». Выделенные типы по своим характеристикам соответствуют типам описанным нами ранее. Интересно, что на нашей выборке не были выделены некоторые другие типы, в частности, тип «доверяющий по тождеству и расчету». Мы предполагаем, что этот тип доверия/недоверия не распространен у работников данной организации, так как характер ее деятельности, структура и организационная культура не является благоприятной для людей высоко активных, инициативных, готовых добиваться успеха, несмотря ни на что. В данной строительной организации важными профессиональными качествами являются: коллективизм, исполнительность и конформность.

**Сопоставление типов доверия/недоверия и типов восприятия психологической атмосферы в коллективе** строительной организации. Представители типа «максималист» (5 человек) относятся

к нейтрально и негативно оценивающим психологическую атмосферу типам. Особенно выражены у представителей этого типа оценки психологической атмосферы в коллективе как недружественной, равнодушной, скучной, безуспешной. Это говорит о том, что человек, принадлежащий к типу доверия/недоверия «максималист» предъявляет высокие требования к окружающим его людям, что нередко приводит к негативным оценкам психологической атмосферы и эффективности работы коллектива.

Кроме того, установлено, что представители типа «эмоционально доверяющий» относятся в основном как к позитивно оценивающему психологическую атмосферу типу, так и к негативно оценивающему ее типу. Из 25 человек (16 мужчин, 9 женщин), относящихся к «эмоционально доверяющему» типу, 8 человек позитивно оценивают психологическую атмосферу (2 рабочих, 6 служащих), 2 рабочих оценивают нейтрально психологическую атмосферу, а 15 рабочих оценивают ее негативно. Можно предположить, что люди подобного типа, поскольку для них очень значима приятная психологическая атмосфера, ищут для себя эмоционально комфортное место работы. Если же им это не удастся, их оценки психологической атмосферы могут быть крайне низки.

К «понимающему» типу доверия/недоверия относятся 10 человек (мужчины, рабочие): 6 человек нейтрально оценивают психологическую атмосферу и эффективность работы, 3 человека негативно оценивают психологическую атмосферу и 1 человек — позитивно. Таким образом, по сравнению с двумя другими типами личностного доверия «понимающие людей» склонны к сдержанным и, возможно, наиболее реалистичным оценкам психологической атмосферы и эффективности работы коллектива.

Таким образом, в данной группе сотрудников строительной компании среди работников офиса преобладают позитивные оценки психологической атмосферы, а среди рабочих — негативные и нейтральные. Наиболее распространенным типом личностного доверия/недоверия является «эмоционально доверяющий» тип людей, который встречается у большинства служащих, позитивно оценивающих психологическую атмосферу, и у значительной части рабочих, оценивающих ее негативно.

Аналогичное исследование было проведено нами и на базе завода по производству электронной аппаратуры.

**Различия оценок психологической атмосферы между группами менеджеров и рабочих завода по производству электронной аппаратуры.** Как было показано выше при сравнении 4 организаций, оценки

психологической атмосферы у коллектива завода электронной аппаратуры — одни из самых позитивных. Однако их выраженность может отличаться в различных группах организации. Для сопоставления нами были выбраны две группы: 1-я группа — рабочие основного производства и вспомогательный персонал — мужчины и женщины в количестве 20 человек; 2-я группа — менеджеры — мужчины и женщины в количестве 5 человек. Всего — 25 человек (16 женщин и 9 мужчин). Социально-экономические характеристики труда: оплата труда — сдельно-премиальная. Уровень зарплат — от 12 до 20 т. руб. в месяц. Режим работы — сменный, у менеджеров — восьмичасовой рабочий день, но возможны переработки.

Мы сопоставили оценки психологической атмосферы по шкалам, относящимся к результативности работы коллектива, и показатели доверия личности другим людям у двух групп работников завода (таблица 13). По основным показателям результативности работы группа рабочих демонстрирует более позитивные оценки по сравнению с менеджерами. В частности, рабочие демонстрируют более высокие оценки удовлетворенности, продуктивности и успешности деятельности коллектива.

Анализ показателей доверия личности другим людям показал, что единство — более важный показатель доверия для менеджеров. На наш взгляд это связано с тем, что менеджеры в высокой степени заинтересованы в тесном взаимодействии с коллегами и подчиненными, поскольку это позволяет им легче выполнять управленческие функции. Мы считаем, что имеет место взаимное влияние вида деятельности и личностных особенностей доверия. Во-первых,

**Таблица 13**

Различия показателей доверия личности другим людям и оценок эффективности деятельности коллектива у рабочих и менеджеров

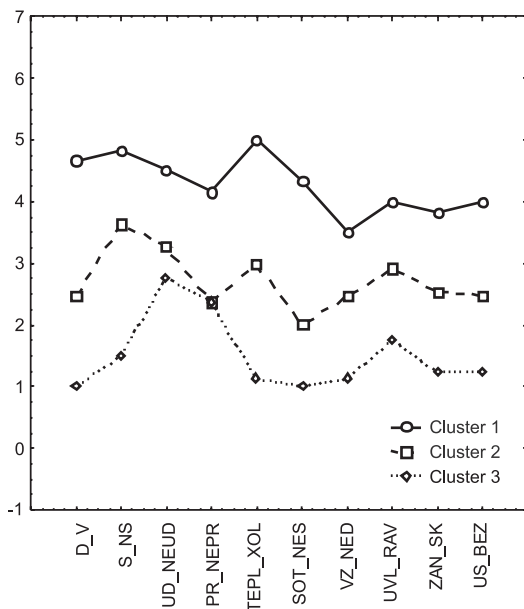
| Переменные                            | Рабочие<br>Среднее | Менеджеры<br>Среднее | t-критерий | P    |
|---------------------------------------|--------------------|----------------------|------------|------|
| Приязнь                               | 3,1                | 3,6                  | -2,4       | 0,02 |
| Единство                              | 3,4                | 3,8                  | -2,7       | 0,01 |
| Удовлетворенность–Неудовлетворенность | 3,0                | 4,0                  | -1,8       | 0,08 |
| Продуктивность– Непродуктивность      | 2,5                | 3,3                  | -1,5       | 0,15 |
| Успешность–<br>Безуспешность          | 2,1                | 2,9                  | -1,2       | 0,25 |

руководство другими людьми предполагает отбор на эту позицию людей, компетентных в вопросах доверия. В ходе работы менеджерам необходимо доверять подчиненным, возлагать на них ответственность и избегать излишнего контроля. Во-вторых, поскольку доверие является значимым фактором успешности деятельности руководителя, то менеджеры придают ему особое значение, и это сказывается на показателях их доверия людям.

Как и в предыдущем случае, мы предположили, что восприятие психологической атмосферы может сильно различаться у работников одной организации. Для проверки этого предположения эмпирически были выделены **типы восприятия психологической атмосферы в организации 2 (завод электронной аппаратуры)** (рисунок 3):

1-й тип — негативная оценка психологической атмосферы (6 человек). Респонденты, относящиеся к этому типу, считают ее враждебной и несогласованной;

2-й тип — позитивная оценка психологической атмосферы (11 человек);



**Рис. 3.** Типы оценки психологической атмосферы работниками организации 2 (завод электронной аппаратуры):  
Обозначения — как на рисунок 2



3-й тип — чрезвычайно позитивная оценка психологической атмосферы (8 человек). Оценки этого типа максимально приближены к позитивному полюсу, особенно по шкалам — дружелюбие, теплота, сотрудничество, взаимоподдержка.

В целом можно отметить, что этой организации по сравнению с организацией 1 (строительная) более сильная дифференциация оценок психологической атмосферы.

Анализ социально-демографических характеристик показал, что среди восьми представителей 3-го типа восприятия психологической атмосферы (чрезвычайно позитивные оценки) почти нет мужчин (1 человек). Тип 1, негативно оценивающий психологическую атмосферу, чаще встречается у женщин (4 человека) нежели у мужчин (2 человека). Среди представителей 2-го типа, позитивно оценивающего психологическую атмосферу, мужчин (6 человек) больше, чем женщин (5 человек), учитывая, что в нашей выборке преобладают женщины, можно предположить, что этот тип для мужчин более характерен, чем для женщин.

Более полную информацию о причинах такого расхождения в оценках психологической атмосферы работников одной организации может дать совместный анализ их статуса, социально-демографических характеристики особенностей доверия личности другим людям. В результате кластерного анализа было установлено, что работники завода относятся к трем **типам доверия/недоверия личности другим людям**:

1 тип — «Доверие эмоциональное и на основе надежности» (7 человек — 5 женщин, 2 мужчин);

2 тип — «Максималист» (10 человек — 7 женщин, 3 мужчин);

3 тип — «Понимающий людей» (8 человек — 5 женщин, 3 мужчин);

Для представителей первого типа характерно сочетание доверия на основе эмоциональной привлекательности и на основе надежности. Тип «Максималист» отличается высокой степенью дифференциации показателей доверия по отношению к различным категориям людей. Тип «Понимающий людей», напротив, отличается низкой степенью дифференциации отношения к различным людям.

**Сопоставление типов доверия/недоверия и типов восприятия психологической атмосферы в коллективе завода с социально-демографическими характеристиками работников** показало, что чрезвычайно позитивно и позитивно оценивающие психологическую атмосферу работники — это в основном женщины в возрасте старше 50 лет, со стажем работы более 10 лет. Их в нашей выборке в процентном

отношении довольно много — 11 человек, т.е. 44%. Большинство из них относятся к типу доверия/недоверия — «максималист». Основная часть их является рабочими, 2 человека — руководители.

В то же время 40% работников в возрасте 20–30 лет со стажем работы до 5 лет относятся к типу, негативно оценивающему психологическую атмосферу. Почти все они принадлежат к типу «доверие эмоциональное и на основе надежности». Эта возрастная группа — вторая по численности в нашей выборке — 28%, все ее представители — рабочие.

Среди работников в возрасте 40–50 лет (4 человека) негативно оценивает психологическую атмосферу 1 человек. Важно также, что тип доверия/недоверия «понимающий людей» не встречается у работников, негативно оценивающих психологическую атмосферу. Этот результат уже отмечался нами ранее при анализе других организаций.

Таким образом, удалось выявить довольно четкое расслоение рабочих разного возраста и с разным стажем работы в организации по типам восприятия психологической атмосферы. Кадровые работники завода, относящиеся к типу доверия «максималист» создали в коллективе довольно «закрытую» среду. Эта среда является психологически комфортной для них, но в нее трудно «вписаться» новичкам. Молодые работники, относящиеся к типу «доверие эмоциональное и на основе надежности» не чувствуют поддержки старших товарищей, в которой крайне нуждаются и оценивают психологическую атмосферу в организации негативно.

**Особенности психологической атмосферы в однотипных группах ткацкой фабрики.** На третьем этапе исследования объектом выступал персонал ткацкого предприятия г. Москвы в количестве 26 человек. Работники предприятия — преимущественно женщины. В исследовании принимали участие три группы одной профессиональной принадлежности — рабочие ткацкого производства.

В ходе исследования предполагалось решить следующие **задачи**:

1. Выявить особенности психологического климата и представлений об эффективности деятельности в трех однотипных подразделениях организации.
2. Определить преобладающий тип доверия/недоверия другим людям в сравниваемых группах.
3. Выявить взаимосвязи между психологическим климатом, преобладающим типом доверия/недоверия и представлениями работников об эффективности деятельности.

В исследовании использовались следующие **методики**:

1. Для диагностики психологического климата применялась методика О.С. Михалюка и А.Ю. Шалыто. Психологический климат первичного трудового коллектива понимается авторами как социально обусловленная, относительно устойчивая система отношений членов коллектива к коллективу как целому. Методика позволяет выявить эмоциональный, поведенческий и когнитивный компоненты отношений в коллективе.

2. Для изучения представлений об эффективности деятельности группы использовалась методика оценки психологической атмосферы в коллективе А.Ф. Фидлера.

3. Для выявления преобладающего типа доверия применялась методика доверия/недоверия личности другим людям А.Б. Купрейченко.

**Оценки психологической атмосферы у работников трех различных групп одной организации** имеют следующие особенности: *Группа 1* *значимо отличается от двух других групп* и особенно от группы 2 по всем показателям оценки дружелюбия, согласия, удовлетворенности и т.д. В этой группе наименее благоприятная психологическая атмосфера, которая связана с *низкой оценкой продуктивности и успешности группы*. Графически различия представлены на диаграмме 1.

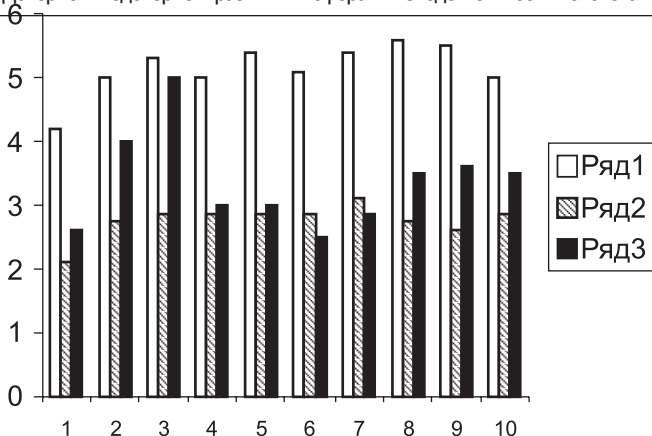
Сопоставление этих результатов с данными методики по изучению социально-психологического климата в трудовом коллективе О.С. Михалюка и А.Ю. Шалыто показало, что существует взаимосвязь между отдельными компонентами психологического климата и психологической атмосферой.

Для группы 1 характерна минимальная привлекательность членов группы друг для друга, минимальное желание работать в данном коллективе и желание общаться с членами коллектива в сфере досуга. Наиболее низки и показатели когнитивного компонента — плохое знание особенностей членов коллектива.

В группе 2 существует наиболее благоприятный психологический климат. Для этой группы характерно наибольшее желание работать в данном коллективе и желание общаться с членами коллектива в сфере досуга, а также, высокая привлекательность членов коллектива и хорошее знание особенностей его членов.

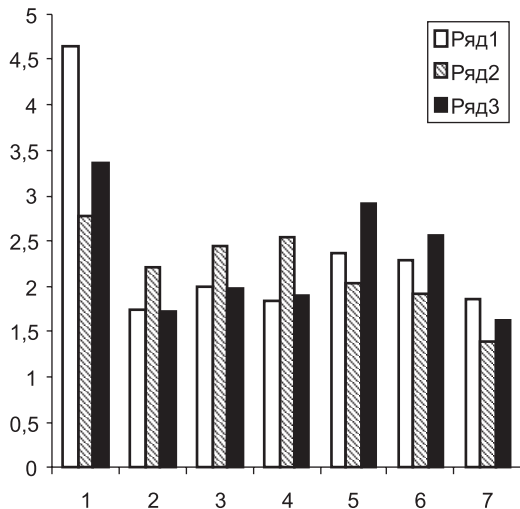
Сопоставление психологической атмосферы и доверия/недоверия в коллективе позволило выявить следующие особенности трех групп. Представители группы 2 с наиболее благоприятной психологической атмосферой (ряд 2, диагр.2) отличаются самыми высокими показателями ощущения надежности, приязни и единства с человеком, которому доверяют больше всего. Кроме того, для

Доверие и недоверие в различных сферах жизнедеятельности человека



**Диаграмма 1.** Психологическая атмосфера трех однотипных подразделений предприятия

1. Дружелюбие—Враждебность; 2. Согласие—Несогласие;
3. Удовлетворенность—Неудовлетворенность; 4. Продуктивность—Непродуктивность; 5. Теплота—Холодность;
6. Сотрудничество—Несогласованность; 7. Взаимоподдержка—Недоброжелательность; 8. Увлеченность—Равнодушие;
9. Занимательность—Скука; 10. Успешность—Безуспешность.



**Диаграмма 2.** Различия показателей доверия/недоверия личности другим людям и оценки психологического климата в коллективе у работников трех подразделений

1. Психологический климат; 2. Надежность Д; 3. Приязнь Д;
4. Единство Д; 5. Дельта Надежности; 6. Дельта Приязни;
7. Дельта Единства

представителей группы 2 характерно наименьшее различие показателей признания, надежности и единства между человеком, которому доверяют больше всего, и человеком, которому не доверяют (Δ). Это означает, что представители группы 2 не делают больших различий в своем отношении к близким и далеким людям, что лучшим образом сказывается на отношениях в коллективе, на продуктивности и успешности, а также, на общей удовлетворенности работой. Выше психологический тип доверия/недоверия с такими характеристиками был определен нами как «понимающий людей». На диаграмме 2 представлены различия в доверии этих групп. Значимость различий проверялась по критерию Манна–Уитни.

Дальнейший анализ показал, что среди членов *группы 1, отличающейся неблагоприятной психологической атмосферой и психологическим климатом, в процентном отношении больше представителей типа доверия/недоверия «максималист»*. Психологический портрет типа «максималист» был приведен выше. Представитель этого типа не верит в способность людей, которые его когда-либо подвели, к сотрудничеству, взаимопомощи и принятию ответственности. Он склонен сильно дифференцировать свое окружение по степени ощущения надежности, предсказуемости и единства — высокие показатели доверия по отношению к близким людям сочетаются с низкими показателями по отношению к психологически далеким людям (в частности, к тем, кто однажды не оправдал возложенного доверия). Этот тип характерен для людей нетерпимых. Поэтому вполне закономерным кажется результат, что в коллективе с преобладанием подобного типа будут низкими показатели согласия, дружелюбия, взаимоподдержки, сотрудничества и, как следствие, — показатели успешности и продуктивности.

Таким образом, в результате эмпирического исследования трех групп рабочих одной организации (ткацкой фабрики) установлено, что преобладающий в группе тип личностного доверия/недоверия связан с восприятием психологического климата, атмосферы, в частности, с представлениями об эффективности экономической деятельности группы. Так, среди членов группы, отличающейся неблагоприятной психологической атмосферой и психологическим климатом, в процентном отношении больше представителей типа доверия «максималист». Представители группы с наиболее благоприятной психологической атмосферой не делают больших различий в своем отношении к близким и далеким людям (тип доверия — «понимающий людей»), и это лучшим образом сказывается на отношениях в коллективе, на продуктивности и успешности, а также, на общей

удовлетворенности работой.

В ходе исследования доверия в 7 различных организациях нами был проведен анализ личностных детерминант восприятия психологической атмосферы. В качестве таковых мы рассматривали личностное доверие, «веру в людей», уровень субъективного контроля и личностную тревожность.

**Личностные детерминанты восприятия психологической атмосферы в организации.** Выше нами было проведено со поставление типа восприятия личностью психологической атмосферы в организации и типа доверия личности другим людям. Более конкретную информацию можно получить при помощи корреляционного анализа. Были выявлены следующие **взаимосвязи между особенностями доверия личности другим людям и восприятием психологической атмосферы в организации** (таблица 14).

Из приведенных данных, так же как и из данных представленных в предыдущем параграфе, видно, что наибольшее количество связей с показателями психологической атмосферы имеют показатели отношения личности к человеку, который доверия не оправдал, особенно по шкалам приязнь, единство и знание. Взаимосвязи делет шкал доверия подтверждают предположение, что личность, склонная сильно дифференцировать свое окружение по степени доверия (тип доверия/недоверия «максималист»), воспринимает психологическую атмосферу как менее удовлетворяющую, продуктивную и занимательную.

В результате наших исследований были получены также данные об обусловленности восприятия психологической атмосферы в организации некоторыми личностными особенностями, в частности, уровнем субъективного контроля, общей установкой на доверие другим людям и миру, личностной тревожностью. Как видно из приведенных данных, **локус контроля личности** связан с восприятием психологической атмосферы (таблица 14). Чем выше показатель по шкале экстраверсии, тем выше неудовлетворенность, непродуктивность, несогласованность, враждебность, несогласие, недоброжелательность, равнодушие в оценках психологической атмосферы. Экстраверты не считают себя способными изменить окружающую их социально-психологическую среду и поэтому воспринимают ее более негативно.

Мы предположили, что в качестве еще одной личностной детерминанты восприятия психологической атмосферы может выступать общая установка личности на доверие другим людям. В результате

**Таблица 14.** Корреляции оценок психологической атмосферы в организации с показателями психологического климата и личностными свойствами респондентов (N 70)

|  | Дружелюбие –<br>Враждебность | Согласие –<br>Несогласие | Удовлетворенность –<br>Неудовлетворенность | Продуктивность –<br>Непродуктивность | Теплота –<br>Холодность | Сотрудничество –<br>Несогласованность | Взаимоподдержка –<br>Недоброжелательность | Увлеченность –<br>Равнодушие | Занимательность –<br>Скука | Успешность –<br>Безуспешность |
|--|------------------------------|--------------------------|--|--------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------|---|------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| Эмоциональный компонент психологического климата | 0,53                         | 0,53                     | 0,40                                       | 0,36                                 | 0,48                    | 0,35                                  | 0,57                                      | 0,30                         | 0,54                       | 0,40                          |
| Когнитивный компонент психологического климата   |                              |                          | -0,24                                      | -0,29                                |                         |                                       | -0,28                                     |                              | -0,24                      | -0,24                         |
| Поведенческий компонент психологического климата |                              |                          |  |                                      |                         |                                       |   |                              |                            |                               |
| Надежность Д                                     |                              |                          |  |                                      |                         |                                       |   |                              |                            |                               |
| Надежность НД                                    | -0,26                        | -0,26                    | -0,32                                      | -0,38                                |                         |                                       |   | -0,24                        |                            | -0,24                         |
| Дельта надежности                                |                              |                          | 0,23                                       | 0,28                                 |                         |                                       |   |                              |                            |                               |
| Знание Д   |                              |                          |  |                                      | -0,24                   |                                       |   |                              |                            |                               |
| Знание НД  | -0,24                        | -0,24                    | -0,21                                      | -0,29                                | -0,28                   |                                       |   |                              |                            |                               |
| Дельта знания                                    |                              |                          |  |                                      |                         |                                       |   |                              |                            |                               |
| Приязнь Д  |                              |                          |  |                                      |                         |                                       |   |                              |                            |                               |
| Приязнь НД                                       | -0,20                        | -0,20                    | -0,20                                      | -0,36                                | -0,20                   |                                       |   | -0,29                        |                            | -0,24                         |
| Дельта приязни                                   |                              |                          |  |                                      |                         |                                       |   |                              |                            |                               |
| Единство Д                                       |                              |                          |  |                                      |                         |                                       |   |                              | 0,29                       |                               |
| Единство НД                                      | -0,21                        | -0,21                    | -0,31                                      | -0,38                                | -0,23                   |                                       |   | -0,27                        |                            | -0,24                         |
| Дельта единства                                  |                              |                          | 0,28                                       | 0,25                                 |                         |                                       |   |                              |                            |                               |
| УСК  | -0,20                        | -0,24                    | -0,23                                      | -0,26                                | -0,07                   |                                       | -0,30                                     | -0,21                        | -0,09                      |                               |
| «Вера в людей»                                   | -0,13                        |                          |  |                                      |                         | 0,15                                  | -0,13                                     |                              | -0,15                      |                               |
| Тревожность                                      |                              |                          | 0,32                                       | 0,20                                 |                         | 0,27                                  |   |                              |                            | 0,14                          |

корреляционного анализа показателей психологической атмосферы и данных методики М. Розенберга «Вера в людей», которая как было сказано выше, оценивает степень веры личности в способность большинства людей к сотрудничеству, взаимопомощи, принятию ответственности, были получены следующие результаты (таблица 14). Из таблицы видно, что «вера в людей» не является значимой личностной детерминантой оценок психологической атмосферы в организации. «Вера в людей» является неспецифичным отношением личности к людям вообще и не оказывает влияния на оценку конкретного социального окружения. В то же время имеющиеся небольшие коэффициенты корреляции говорят о существовании некоторой связи высокой «веры в людей» с оценками психологической атмосферы как дружелюбной, удовлетворяющей, сотруднической, занимательной.

Проверка взаимосвязей **личностной тревожности** с показателями психологической атмосферы показала, что у тревожных людей оценки удовлетворенности, продуктивности, сотрудничества и успешности ниже, чем у нетревожных (таблица 14). Можно предположить, что эти связи с показателями эффективности деятельности отражают неуверенность тревожных людей в завтрашнем дне и практически не связаны с их отношениями в коллективе.

**Резюме.** Проведенный анализ 4 производственных организаций позволил выявить различия как между ними, так и между отдельными социально-экономическими группами каждой организации по следующим показателям: уровень оплаты труда, условия труда, стиль руководства. Анализ показал, что организации различаются по степени удовлетворенности сотрудников психологической атмосферой. Работники завода по производству электронной аппаратуры в целом более удовлетворены психологической атмосферой. В то же время среди них есть люди, воспринимающие психологическую атмосферу как враждебную и несогласованную. Работники строительной фирмы в целом менее позитивно оценивают психологическую атмосферу, но среди них нет большой дифференциации. Наименее позитивно оценивают психологическую атмосферу работницы ткацкой фабрики.

Выявлены различия в оценке психологической атмосферы в различных группах одной организации. Установлены взаимосвязи оценки психологической атмосферы с социально-экономическими и организационно-психологическими факторами. Кроме того, показано, что оценки психологической атмосферы зависят от типа



личностного доверия/недоверия. На материале исследования организаций 1 и 3 установлено, что наиболее негативны эти оценки у представителей типа «максималист». В то же время, как показало исследование в организации 2 (завод электронной аппаратуры), если представители типа «максималист» образуют «костяк» коллектива, то он превращается в среду довольно «закрытую» и психологически приятную для них, но некомфортную для новичков. Таким образом, тип личностного доверия оказывает влияние не только на оценки психологической атмосферы, но и на сам процесс ее формирования. Те каждый член коллектива вносит вклад в создание психологической атмосферы, соответствующей его личностным особенностям, в частности, особенностям направленности личности и отношения к другим людям.

Проведенное сравнение показателей доверия и психологической атмосферы у представителей различных социально-экономических групп каждой организации позволило сделать вывод о взаимном влиянии особенностей деятельности, профессии, организационной среды и личностных особенностей доверия другим людям. Восприятие психологической атмосферы в высокой степени определяется социально-экономическими факторами (условиями труда, уровнем оплаты, стилем руководства). В то же время в одной и той же социально-экономической группе восприятие психологической атмосферы значимо зависит от возраста. Две возрастные группы: 70% людей от 20 до 30 лет и 50% людей старше 40 лет — оценивают психологическую атмосферу как наименее благоприятную за исключением показателя взаимоподдержки и дружелюбия.

Получены данные о том, что доверие/недоверие личности другим людям связано с ее профессиональной деятельностью. Требования профессии, определяют отбор людей, наиболее подходящих по своим особенностям отношения к другим людям. В то же время, специфика деятельности и организационной среды определяют значимость для личности доверия и отдельных его показателей. Так, надежность является более значимым критерием доверия/недоверия в группах тесно, взаимодействующих работников, единство — значимый критерий для менеджеров.

Проанализированы взаимосвязи оценок психологической атмосферы и некоторых личностных характеристик: особенностей доверия личности другим людям, уровня субъективного контроля, уровня «веры в людей», личностной тревожности. Установлено, что уровень «веры в людей» не является значимой детерминантой оценок личностью психологической атмосферы в организации.

Получены данные о том, что у тревожных людей оценки удовлетворенности, продуктивности, сотрудничества и успешности ниже, чем у нетревожных. Среди характеристик личностного доверия/недоверия наибольшее количество связей с оценками психологической атмосферы имеют показатели отношения личности к человеку, который доверия не оправдал. Значимым при оценке психологической атмосферы является уровень субъективного контроля: чем выше показатель по шкале экстраверсии, тем выше неудовлетворенность, непродуктивность, несогласованность, враждебность, несогласие, недоброжелательность, равнодушие в оценках психологической атмосферы. В то же время выявлена взаимосвязь УСК с типами личностного доверия/недоверия: для интровертов наиболее характерен тип «понимающий людей», не делающий больших различий в отношении к людям.

#### **6.4. Представления различных групп персонала о доверии в организации**

---

В крупных организациях, а также в организациях, небольших по размеру, специфика деятельности которых предполагает отсутствие тесного контакта между различными подразделениями в процессе работы, возникают значительные сложности при попытках формирования однородной организационной культуры, единых представлений об организационном доверии, общей психологической атмосферы и т.д. Не менее серьезной проблемой является расхождение в представлениях об актуальном уровне организационного доверия у руководящего состава и рядовых работников. Исследование, выполненное совместно с В.С. Фроловой на базе двух организаций, является иллюстрацией подобных рассогласований в представлениях различных групп работников о существующем в организации доверии.

**Целью** исследования выступал анализ особенностей представлений различных групп работников организации о доверии в ней. В соответствии с этой целью были поставлены следующие задачи:

1. Сопоставить представления об уровне доверия в организации у работников трех однотипных подразделений;
2. Сравнить представления рядовых сотрудников и линейных менеджеров об уровне доверия в организации;
3. Оценить влияние личностных особенностей на представления об уровне доверия в организации.

**Методики** исследования:

1. Методика оценки организационного доверия Р.Б. Шо (Приложение 16);

2. Методика доверия/недоверия личности другим людям А.Б. Купрейченко (Приложение 8);

3. Методика интерперсонального отношения Т. Лири.

Общая выборка исследования составила 60 человек. Для обработки и интерпретации данных использовались непараметрические методы статистического анализа и качественный анализ.

В результате проведенного исследования были получены результаты, представленные ниже.

**Представления об организационном доверии у представителей различных групп 1-го предприятия.** Данное исследование было проведено в организации, предоставляющей услуги в развлекательной сфере. В опросе приняли участие 30 сотрудников в возрасте от 18 до 40 лет. Зарботная плата рядовых сотрудников 7 000 — 10 000 рублей в месяц, линейных менеджеров — 18 000 в месяц. Женщин среди работников почти в два раза больше, чем мужчин (19 человек), менеджеры в этой организации — только мужчины. Респонденты являются персоналом трех смен по 10 человек. Каждую смену возглавляет линейный менеджер.

**Особенности доверия в 3 подразделениях (сменах) организации.** В данном исследовании три однотипных подразделения (смены) практически не взаимодействуют и не общаются между собой. Это, несомненно, должно наложить отпечаток на оценки ими организационного доверия. При сопоставлении данных методики организационного доверия Р.Б. Шо по четырем шкалам (общее доверие, порядочность, результативность, забота) были выявлены следующие особенности (таблица 15).

Из приведенных в таблице данных видно, что наиболее высокие оценки доверия в организации демонстрирует смена 2. Смена 1 отличается от нее более низкими оценками по шкале «общее доверие». Оценки организационного доверия работниками смены 3 — наиболее низкие и значимо отличаются от оценок работников других смен. Особенно низки у этой смены оценки результативности работы организации и общего доверия. Такое различие в оценках организационного доверия различными группами организаций потребовало анализа особенностей взаимоотношений среди работников 3-й смены.

В результате обсуждений и индивидуальных бесед было установлено, что среди персонала смены 3 преобладает ориентация на

индивидуальные цели. Достижение их считается возможным даже в ущерб интересам группы и организации. Неформальное общение в смене минимально, низка взаимозаменяемость и сплоченность. По мнению персонала смены, работа — не место для личных контактов и доверия. Работники не испытывают удовлетворенности от принадлежности к этой группе. Важно также и то, что линейный менеджер смены — молодой человек, не достигший 20 лет. Вероятно, опыт его руководящей работы, а также жизненный опыт и профессиональная компетентность недостаточны для обеспечения слаженной работы вверенно ему подразделения.

**Особенности представления об уровне организационного доверия у рядовых работников и менеджеров.** Как видно из таблицы 16, оценки организационного доверия менеджеров значительно превышают как средние оценки рядовых сотрудников, так и самые оптимистичные оценки отдельных подразделений.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что менеджеры в значительной степени переоценивают уровень организационно-

**Таблица 15**

Оценки организационного доверия работниками трех смен

| Императивы доверия в организации | Смена 1<br>Среднее | Смена 2<br>Среднее | Смена 3<br>Среднее |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Общее доверие                    | 28,3               | 33,1               | 23,2               |
| Порядочность                     | 28,5               | 29,1               | 26,2               |
| Результативность                 | 28,7               | 28,7               | 24,4               |
| Забота                           | 27,8               | 27,8               | 25,6               |

**Таблица 16**

Оценки организационного доверия рядовыми сотрудниками и менеджерами

| Императивы доверия в организации | Менеджеры<br>Среднее | Рядовые сотрудники<br>Среднее | Уровень значимости различий Р |
|----------------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Общее доверие                    | 29,3                 | 28,2                          | 0,7                           |
| Порядочность                     | 32                   | 27,5                          | 0,06                          |
| Результативность                 | 33,6                 | 26,5                          | 0,02                          |
| Забота                           | 33,3                 | 26,4                          | 0,02                          |

го доверия. Наибольшее расхождение отмечено в представлениях о результативности работы организации и уровне заботы о ее сотрудниках. По мнению рядовых работников результативности и заботы явно не достаточно. Подобное расхождение в оценках менеджеров и рядовых работников является вполне естественным, в то же время оно требует внимания руководства организации, а полученные данные могут быть использованы при проведении мероприятий по достижению необходимого уровня доверия.

Интересно проверить, в какой степени личностные особенности доверия/недоверия другим людям определяют уровень оценок доверия в организации. Как видно из данных, приведенных в таблице 17, чем ниже личность оценивает свое единство с человеком, которому больше не доверяет, и его надежность, тем выше она оценивает доверие в организации по всем 4 шкалам методики Р.Б. Шо, особенно по шкале «порядочность». В то же время имеются некоторые положительные взаимосвязи между оценками человека, которому доверяют больше всего, и оценками уровня доверия в организации.

Выше нами было установлено, что такое сочетание низких оценок по отношению к человеку, который доверия не оправдал, и высоких оценок по отношению к человеку, которому доверяют больше

**Таблица 17.** Коэффициенты корреляции между оценками доверия в организации и показателями доверия/недоверия личности другим людям

| Шкалы              | Императивы доверия в организации |              |                  |        |
|--------------------|----------------------------------|--------------|------------------|--------|
|                    | Общая оценка                     | Порядочность | Результативность | Забота |
| Надежность Д       |                                  |              |                  |        |
| Предсказуемость Д  | 0,31                             |              |                  |        |
| Приязнь Д          |                                  |              |                  | 0,20   |
| Единство Д         |                                  |              |                  |        |
| Расчет Д           |                                  | 0,21         |                  | 0,29   |
| Надежность НД      |                                  | -0,30        |                  | -0,20  |
| Предсказуемость НД |                                  |              |                  |        |
| Приязнь НД         |                                  |              |                  |        |
| Единство НД        | -0,25                            | -0,29        | -0,20            | -0,27  |
| Расчет НД          |                                  |              |                  |        |

всего, характерно для типа личностного доверия «максималист». Следовательно, принадлежность к этому типу может оказывать влияние на оценки организационного доверия, особенно на императив доверия «забота», так как именно с ним выявлено больше всего взаимосвязей (таблица 17).

**Представления об организационном доверии у представителей различных групп 2-го предприятия.** Организация, сотрудники которой опрашивались на этом этапе исследования, реализует программное обеспечение и существует на рынке уже более 14 лет. В исследовании принимали участие по 10 представителей трех однотипных подразделений — менеджеры отделов продаж. Так же как в предыдущей организации, их отделы мало взаимодействуют между собой в процессе деятельности. Отношения сотрудников как внутри отделов, так и между ними отличаются соревновательностью.

Приведенные в таблице 18 данные показывают, что доверие в организации значимо выше оценивается работниками 2-го отдела. Более высокими являются показатели по всем шкалам доверия. Такое отличие оценок работников одного из трех подразделений позволяет сделать вывод о том, что в данном подразделении существует особая психологическая и деловая среда, более комфортная и эффективная. Начальниками отделов 1 и 3 являются мужчины 30–35 лет. По мнению сотрудников, они не являются авторитетом в глазах своих подчиненных. Кроме того, менеджер отдела 1 работает в данной должности 6 месяцев. Напротив отдел 2 возглавляет женщина старше сорока лет, работающая в компании с момента ее основания. По отзывам ее подчиненных, она требовательна к себе и другим, справедлива при принятии решений, умеет формулировать задачи и ставить цели, разрешать конфликты, а также проявлять заботу

Таблица 18

Оценки организационного доверия работниками трех отделов

| Императивы доверия в организации | Отдел 1<br>Среднее | Отдел 2<br>Среднее | Отдел 3<br>Среднее |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Общее доверие                    | 21,4               | 27,9               | 24,1               |
| Порядочность                     | 24,8               | 27,9               | 24,1               |
| Результативность                 | 26,7               | 29,9               | 27,1               |
| Забота                           | 23,4               | 28,9               | 25,7               |

о подчиненных и учитывать их интересы. В группе комфортная атмосфера, развиты доверие и взаимозаменяемость.

На выборке сотрудников этого предприятия было проверено предположение, что оценки организационного доверия могут в некоторой степени определяться личностными особенностями. С этой целью в программу была включена методика интерперсональной диагностики Т. Лири. По причине небольшой выборки эти результаты не могут считаться достаточно надежными, однако они позволяют считать перспективными исследования личностных детерминант восприятия организационного доверия. Корреляционный анализ оценок по методике Т. Лири с оценками доверия в организации показал, что высокая авторитарность как «Я-реального» и «Я-идеального» снижает оценки общего доверия в организации ( $r = -0,43$ ;  $-0,39$ ), а также оценки порядочности, результативности и заботы. Аналогичные связи характерны для эгоизма и подозрительности. Снижает оценки общего и парциального доверия высокая зависимость и дружелюбность «Я-идеального». Интерпретация полученных взаимосвязей может быть сделана только после их эмпирической проверки на представительной выборке. Пока же ясно, что оценки доверия в организации довольно субъективны и тесно связаны с личностными особенностями работников.

**Резюме.** В ходе проведенного исследования коллективов двух предприятий удалось выявить и интерпретировать различия оценок организационного доверия как у представителей однотипных подразделений, так и у групп различающихся социально-экономическим статусом — у менеджеров и рядовых сотрудников. В частности, на первом предприятии, различия в оценках уровня организационного доверия у представителей однотипных подразделений вызваны преобладающей индивидуалистической направленностью работников одной из трех смен в сочетании с недостаточным воспитательным воздействием руководителя. На втором предприятии групповые особенности доверия в высокой степени обусловлены личностными и профессиональными качествами линейных менеджеров. Также установлено, что менеджеры по сравнению с рядовыми работниками в значительной степени переоценивают уровень доверия в организации. На основании предварительного анализа высказано предположение о том, что оценки доверия в организации могут быть в значительной степени субъективны и связаны с его личностными особенностями, в частности, с отношением к другим людям.

## **6.5. Особенности доверия и недоверия в организациях с разным типом корпоративной культуры**

---

В ходе теоретического анализа высказано предположение о том, что организационное доверие тесно взаимосвязано с таким комплексным организационно-психологическим феноменом, как корпоративная культура. Представления о степени, границах и нормах доверия по отношению к разным категориям значимых для организации людей являются частью организационной культуры. Различные типы культур предполагают особое сочетание и степень выраженности отдельных показателей доверия. Для проверки этой гипотезы было выполнено два исследования на базе 5 организаций, являющихся предприятиями малого бизнеса.

**Особенности организационной культуры психологической атмосферы в организациях с разным уровнем доверия/недоверия.** Первое исследование особенностей организационной культуры на двух предприятиях с разным уровнем доверия проведено совместно с Т. Довганишиной. Его **целью** являлся анализ типа и силы организационной культуры, а также психологической атмосферы в организациях с разным уровнем доверия. В исследовании принимали участие 20 человек — по 10 человек из каждой организации, примерно равной занимаемой должности (обслуживающий персонал) и социального уровня, возраст от 20 до 30 лет, мужчины и женщины в равном соотношении.

В ходе исследования использовалось сочетание качественных и количественных методов анализа. Данные о типе и силе организационной культуры и об уровне организационного доверия, полученные при помощи опросников, прояснялись и интерпретировались в результате бесед с персоналом организации, а также путем реконструкции истории предприятия и анализа его взаимоотношений с деловыми партнерами.

### **Методики исследования.**

1. Методика оценки организационной культуры — «Рамочная конструкция конкурирующих ценностей» К. Камерона и Р. Куинна. В соответствии с инструкцией этой методики респонденты должны в процентном отношении определить долю наличия в их организационной культуре элементов четырех типов культур: партиципативной, предпринимательской, бюрократической, органической. При этом необходимо оценить как существующую в настоящее время культуру,



так и ее предпочтительное состояние.

2. Методика оценки мощности организационной культуры Р.Ф. Дафта.

3. Методика приобщения вновь принятых в компанию сотрудников к ее организационной культуре Р. Паскаля.

4. Методика оценки организационного доверия Р.Б. Шо (Приложение 16).

**Краткая характеристика организаций.** Организация 1 — автосалон на рынке существует недавно, около двух лет. Организовал и руководит ею специалист, длительное время занимающийся автомобильным бизнесом. Организация 2 — развлекательный комплекс (боулинг-клуб). Существует с 2000 г. Учредители и руководитель являются новичками в этой сфере бизнеса. Доход развлекательного комплекса напрямую зависит от количества клиентов, а в автосалоне — от количества заключенных сделок.

**Показатели доверия в сравниваемых организациях.** По данным методики Р.Б. Шо, установлено, что в организации 2 — клубе — очень низкий уровень императивов доверия (проявление заботы, порядочность и результативность), а в организации 1 — автосалоне — наоборот, императивы доверия на высоком уровне (диаграмма 3). Наиболее высоко и практически единодушно работники организации 1 оценивают уровень порядочности.

В ходе последующих бесед с сотрудниками им было предложено привести какие-либо факты, описать события и привести примеры организационного поведения, которые могли бы характеризовать особенности доверия/недоверия в организации.

В ходе бесед с сотрудниками **организации 1** (автосалона) установлено, что большинство из них гордится своим руководством, и отзываются о нем лестно. Были приведены примеры проявления *заботы* по отношению к подчиненным. Например, была описана ситуация, когда один сотрудник систематически опаздывал или вообще не являлся на работу. Требование руководителя объяснить такое поведение осталось без внятного ответа. Встал вопрос об увольнении нерадивого сотрудника. Однако предварительно руководители постарались прояснить ситуацию с коллегами нарушителя. Те объяснили, что у прогульщика очень сложное положение в семье, которое он не хочет обсуждать с посторонними. В то же время работник он хороший, грамотный и бесконфликтный. После этой беседы с персоналом руководители дали возможность работнику исправиться.

Отмечены также проявления еще одного императива доверия —

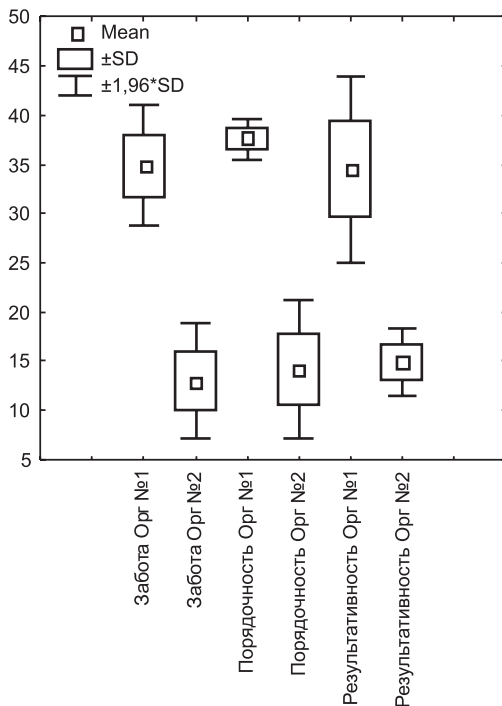


Диаграмма 3. Показатели доверия в сравниваемых организациях

*порядочности.* В организации всегда оплачивались переработки. Информацию об изменениях в режиме и правилах работы сотрудники своевременно узнавали непосредственно от руководителей или из приказов и распорядительных документов, копии которых предоставлялись для ознакомления.

Были отмечено *стремление руководителей строить доверительную атмосферу в организации.* Руководство стремилось тесно общаться со всеми своими подчиненными. Всем коллективом — от уборщицы до директоров — отмечались праздники. Сотрудники быстро сдружились, и профессиональное общение складывалось очень легко.

Некоторые примеры организационного поведения являются индикаторами одновременно *заботы, результативности и порядочности.* Так, если руководитель находил какую-либо ошибку в работе, он не повышал голос и не унижал подчиненного, а старал-

ся ему все доходчиво объяснить. Все руководители компетентны в вопросах профессиональных обязанностей своих подчиненных. Любой работник может обратиться с вопросами к вышестоящему руководству, и получить грамотный квалифицированный ответ. В сложной ситуации руководство всегда идет навстречу работникам организации. В свою очередь, сотрудники ценят это и отвечают руководству качественной работой. Руководители ведут себя грамотно и корректно, по отношению и к сотрудникам, и к партнерам. Сотрудники отмечали, что проблемы, возникающие с партнерами решали спокойно без скандалов.

Большинство примеров, приведенных сотрудниками **организации 2** (боулинг-клуба), относилось к двум императивам доверия — *результативности* и *порядочности*. Работники отмечают, что руководство клуба не компетентно в вопросах эксплуатации оборудования, в вопросах работы с клиентами и не корректно с партнерами. В качестве примера *непорядочного поведения* была описана история взаимоотношений с деловым партнером — компанией «В», которая является одним из основных поставщиков оборудования в развлекательные комплексы России. После заключения договора с этой фирмой руководство клуба повело себя не корректно — не выполнило ряд необходимых требований, что повлекло за собой порчу оборудования и разногласия с поставщиками. Несмотря на это, компания «В» **продолжала выполнять свои обязательства**. Некоторые сотрудники клуба состояли в хороших отношениях с работниками компании «В». **В процессе общения выяснилось, что компания «В» всегда сохраняла хорошие отношения с руководством организаций — деловыми партнерами.** Но с этим клубом отношения были испорчены, а впоследствии, сразу по истечению срока гарантии, — разорваны. Если и возникала необходимость контактов, то компания «В» **шла на них с неохотой**.

Руководство клуба испортило отношения не только с поставщиками, но и с другими организациями своего профиля деятельности, так как не соблюдало принятые правила и нормы Российской ассоциации по боулингу. Руководители некоторых клубов, не принимали на работу сотрудников, уволившихся из организации 2.

Низкая *результативность* в организации являлась также следствием отношения руководителей к участию рядовых работников в принятии решений и управлении предприятием. Сотрудники рассказывали, что руководство никогда не реагировало на просьбы и пожелания сотрудников. Сотрудник клуба, вносивший предложения по улучшению работы на основании запросов посетителей,

обычно не добивался никаких результатов. Его предложения или игнорировали, или говорили, что он «прыгает выше своей головы — не соблюдает субординацию». Когда один сотрудник подошел к руководству, чтобы обсудить программу привлечения посетителей и удержания постоянных клиентов, то получил ошеломляющий ответ: «Мы работаем на себя, и нас мало интересует, кто посещает клуб, главное — доход». После таких реакций руководства стремление работников улучшить работу клуба угасло. Сотрудники никогда не получали вознаграждения или поощрения за сверхурочную работу или выполнение дополнительных поручений, а также за качественное обслуживание клиентов.

*Результативность* работы снижал также низкий уровень согласованности в работе руководства. Нередко обслуживающему персоналу давали распоряжения руководители отделов, не отвечающие за работу с клиентами и не знающие ее специфики. Эти распоряжения наносили ущерб работе. Часто руководители разных служб не могли договориться между собой и согласовать распоряжения. Бывало, что менеджер перед началом рабочего дня давал одно распоряжение, через некоторое время приходил другой менеджер и давал противоположное указание. Начинался конфликт между менеджерами, но в конечном итоге виноват оказывался обслуживающий персонал. Сотрудники жаловались, что поскольку не соблюдались многие правила работы клуба, то часто возникали конфликты. В результате клуб потерял много перспективных клиентов. Очень скоро начал увольняться квалифицированный персонал.

Руководство клуба, также как и руководство автосалона, предпринимало попытки наладить доверительные отношения с персоналом. Но в отличие от персонала автосалона персонал клуба настроенно относился к этим попыткам. Некоторые работники клуба рассказывали, что их непосредственный начальник, не умеющий ладить ни с клиентами, ни с сотрудниками, чтобы наладить контакт с подчиненными, приглашал их отдохнуть вместе, но всегда получал отказ. Сотрудники объясняли свое нежелание тем, что во время рабочего дня руководитель никогда не шел навстречу их просьбам.

Важно отметить, что, несмотря на неуважительное отношение руководства к сотрудникам, коллектив был очень дружен. Между сотрудниками клуба разногласий практически не возникало. А если и начинался конфликт между двумя сотрудниками, то коллектив помогал его разрешить. Один сотрудник, смеясь, говорил, что коллектив так сдружился потому, что всегда была общая тема для обсуждения — руководство.

На основании бесед с персоналом организации 2, удалось выяснить, что руководители клуба не проявляли ни заботы, ни порядочности, ни к клиентам, ни к сотрудникам, ни к поставщикам. Результативность и качество работы клуба падали, следовательно, и доверие как к руководству, так и к самому клубу «сошло на нет». За счет этого в клубе возникла «текучка» кадров. Практически исчезли постоянные посетители. Были испорчены отношения с поставщиками и другими деловыми партнерами. Позже стало известно, что руководство клуба было заменено. Для нашего исследования важно, что для сотрудников индикаторами недоверия в организации выступают отношения со всеми заинтересованными сторонами — клиентами, сотрудниками, поставщиками и т.д. Интересно также, что недоверие к руководству сочетается в этой организации с доверием среди рядовых сотрудников.

Проведенный анализ императивов доверия позволил установить, что в организации 1 имеет место высокий уровень доверия персонала руководителям и организации в целом. В организации 2 — уровень доверия крайне низок. Основываясь на этих различиях, мы предположили, что психологическая атмосфера на этих предприятиях также будет сильно различаться.

**Особенности психологической атмосферы сравниваемых организаций.** Как видно из приведенных в таблице 19 данных, в организации 1 (автосалон), в которой выявлена высокая выраженность императивов доверия, все показатели психологической атмосферы смещены к позитивному полюсу. В коллективе существует дружественная и доверительная атмосфера, наблюдается взаимовыручка, согласованность и увлеченность работой. В организации 2 (клубе), в котором выявлен крайне низкий уровень доверия руководству и организации со стороны персонала, психологическая атмосфера характеризуется холодностью и безуспешностью, оценки по остальным шкалам близки к среднему уровню или превышают его, т.е. имеет место скорее враждебность, неудовлетворенность, непродуктивность и несогласованность.

**Особенности организационных культур двух предприятий.** По результатам методики «Рамочная конструкция конкурирующих ценностей» были выявлены особенности организационной культуры двух сравниваемых предприятий (таблица 20). В настоящее время в организации 1 (автосалон) преобладает партиципативный тип организационной культуры, что согласуется с теплыми и дружными отношениями в коллективе и высоким уровнем доверия. Менее всего выражено присутствие элементов бюрократической культу-

Таблица 19

Различия в психологической атмосфере двух организаций

|                                       | Орг. 1<br>Автосалон<br>Среднее | Орг. 2<br>Клуб<br>Среднее | Уровень<br>значимости<br>различий (P) |
|---------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|---------------------------------------|
| Дружелюбие- Враждебность              | 1,9                            | 4,1                       | 0,0006                                |
| Согласие-Несогласие                   | 2,2                            | 3,8                       | 0,0197                                |
| Удовлетворенность-Неудовлетворенность | 2,7                            | 4,1                       | 0,0955                                |
| Продуктивность-Непродуктивность       | 2,1                            | 4,1                       | 0,0063                                |
| Теплота-Холодность                    | 2,0                            | 5,4                       | <0,0001                               |
| Сотрудничество-Несогласованность      | 1,7                            | 4,1                       | <0,0001                               |
| Взаимоподдержка-Недоброжелательность  | 1,6                            | 4,0                       | <0,0001                               |
| Увлеченность-Равнодушие               | 1,4                            | 3,4                       | <0,0001                               |
| Занимательность-Скука                 | 1,6                            | 3,8                       | 0,0004                                |
| Успешность-Безуспешность              | 1,9                            | 4,4                       | 0,0003                                |

ры. В разделе «предпочитаемая культура» сотрудники автосалона отметили в качестве преобладающего типа также партиципативную культуру, но в то же время для них оказались желательными более высокие показатели бюрократической культуры, в частности, более жесткие требования к выполнению обязательств как по отношению к сотрудникам, так и к поставщикам и компаньонам. Также сотрудники автосалона предпочли бы более высокий уровень предпринимательской культуры, в частности, они отмечают, что им не хватает свободы действий, возможности самим принимать решения и проявить себя.

По показателям тестов Р.Ф. Дафта и Р. Паскаля, выявляющих силу организационной культуры, установлено, что корпоративная культура в автосалоне — мощная и хорошо структурированная (таблица 20). Четко определены нормы, артефакты и ценности организации. Цели и ценности организации хорошо понимаются и принимаются сотрудниками. К адаптации вновь принятых работников менеджеры относятся ответственно, и с первых дней работы сотрудники получают всю необходимую информацию о правилах и нормах организации, о системах стимулирования и возможностях карьерного роста.

**Таблица 20**

Различия в типе и силе организационной культуры двух организаций

| Характеристики организационной культуры                               | Орг. 1<br>Автосалон<br>Среднее | Орг. 2<br>Клуб<br>Среднее | Уровень<br>значимости<br>различий (P) |
|---|--------------------------------|---------------------------|---------------------------------------|
| Сейчас: Партициптивная ОК (%)   | 38,0                           | 22,6                      | <0,0001                               |
| Сейчас: Предпринимательская ОК (%)                                    | 21,1                           | 24,8                      | 0,0550                                |
| Сейчас: Органическая ОК (%)   | 21,6                           | 31,3                      | <0,0001                               |
| Сейчас: Бюрократическая ОК (%)  | 19,2                           | 21,3                      | 0,2280                                |
| Предпочтительно: Партициптивная ОК (%)                                | 31,1                           | 35,4                      | 0,0670                                |
| Предпочтительно: Предпринимательская ОК (%)                           | 22,6                           | 32,5                      | 0,2227                                |
| Предпочтительно: Органическая ОК (%)                                  | 19,8                           | 21,8                      | 0,4526                                |
| Предпочтительно: Бюрократическая ОК (%)                               | 26,4                           | 17,8                      | 0,0005                                |
| Мощность культуры (Р.Ф. Дафт; по шкале от 1 до 5 баллов)              | 3,9                            | 2,1                       | <0,0001                               |
| Степень приобщения к культуре (Р. Паскаль; по шкале от 1 до 5 баллов) | 3,7                            | 2,1                       | <0,0001                               |

В организации 2 (развлекательном комплексе — клубе) менее выражено дружелюбие и доверие, более холодные отношения, нет стремления помогать друг другу. Самые высокие показатели у органической ОК, организация более нацелена на результат, но желания и просьбы сотрудников рассматриваются в том случае, если это не идет в разрез с целями компании. Меньше всего выражена бюрократическая ОК, в которой интересы людей подчиняются интересам компании. В разделе «предпочтительная организационная культура» сотрудники клуба выделили пратициптивную культуру, т.е. им бы хотелось иметь более дружный и сплоченный коллектив. Кроме того, они предпочитают большую выраженность культуры предпринимательского типа, в частности, им не достает свободы действий и возможности самим принимать решения. Предпочитаемый уровень бюрократической культуры ниже, чем существующий в настоящее время, следовательно, для работников клуба желательно снижение уровня бюрократизации.

Интерес представляет также анализ некоторых взаимосвязей между силой организационной культуры и показателями психологической атмосферы. Представленные в таблице 21 данные ни в коем

случае нельзя считать высоконадежными в силу ограниченности выборки. Однако они позволяют оценить, что в наибольшей степени сила организационной культуры определяет показатели психологической атмосферы по шкалам теплота-холодность, сотрудничество-несогласованность и увлеченность-равнодушие.

Подводя итоги сравнения двух организаций с высоким и низким уровнем доверия, отметим наиболее важные результаты. В ходе исследования были выявлены индикаторы порядочности, результативности и заботы — трех императивов доверия в организации. На базе этих предприятий получены данные о том, что результативность и порядочность — более значимые императивы доверия в организации по сравнению с заботой. Нам кажется важным тот факт, что значимое влияние на уровень доверия рядовых работников организации оказывают не только отношения в системе персонал — руководство, но и взаимоотношения организации и руководства с деловыми партнерами и клиентами. Это подтверждает принятую точку зрения о том, что репутация и деловой имидж являются важными основаниями для построения доверия, показывая в то же время, что «внешний» имидж

**Таблица 21**

Корреляции показателей психологической атмосферы и силы организационной культуры

| Показатели                            | Мощность организационной культуры (Р.Ф. Дафт) | Степень приобщения к организационной культуре (Р.Паскаль) |
|---------------------------------------|---|---|
| Дружелюбие– Враждебность              | –0,70   | –0,64   |
| Согласие–Несогласие                   | –0,58   | –0,61   |
| Удовлетворенность–Неудовлетворенность | –0,47   | –0,56   |
| Продуктивность–Непродуктивность       | –0,64   | –0,54   |
| Теплота–Холодность                    | <b>–0,82</b>                                  | <b>–0,74</b>  |
| Сотрудничество–Несогласованность      | <b>–0,77</b>                                  | <b>–0,71</b>  |
| Взаимоподдержка–Недоброжелательность  | –0,73   | –0,65   |
| Увлеченность–Равнодушие               | <b>–0,79</b>                                  | <b>–0,73</b>  |
| Занимательность – Скука               | –0,71   | –0,69   |
| Успешность–Безуспешность              | –0,71   | –0,66   |



значим для и внутриорганизационных отношений.

В ходе исследования были выявлены следующие особенности психологической атмосферы и организационной культуры на этих предприятиях. Организация 1 отличается высоким уровнем доверия сотрудников к руководству и организации. Было перечислено значительное количество фактов и примеров организационного поведения, являющихся индикаторами императивов доверия. Психологическую атмосферу этой организации характеризуют дружелюбные и теплые отношения, увлеченность и сотрудничество. В настоящее время преобладает партиципативная организационная культура. Выявлено стремление сотрудников немного усилить предпринимательский компонент культуры, повысив свою самостоятельность, а также бюрократический компонент, в частности, ужесточив требования к выполнению обязательств со стороны деловых партнеров и сотрудников. Подобные предпочтения типов организационной культуры можно расценить как некоторое желание *повысить уровень доверия руководства сотрудникам*. По мнению работников, руководство должно дать им больше полномочий в принятии решений и возможностей проявить себя. В то же время они испытывают потребность в *некотором повышении институционального недоверия* по отношению к коллегам и деловым партнерам.

В организации 2 (клубе) выделены индикаторы низкого доверия по отношению к организации в целом и особенно к руководству. В этой организации более холодная, недружелюбная и безуспешная психологическая атмосфера, хотя сотрудники считают, что коллектив хороший и отношения среди рядового персонала отличаются взаимоподдержкой. В клубе преобладает органический тип организационной культуры, в частности, требования и желания сотрудников выполняются, только если они не расходятся с интересами компании. Работники отмечают, что предпочтительным для их организации является смещение культуры в сторону партиципативности и предприимчивости.

**Взаимосвязь доверия/недоверия личности другим людям с оценками корпоративной культуры и психологического климата организации.** Второе исследование доверия в организациях с разным типом корпоративной культуры было выполнено совместно с Е.В. Лабутиной на базе 3 предприятий различных сфер деятельности (производство продуктов питания, автосервис, торговый центр). Его **целью** являлся анализ взаимосвязи доверия личности другим людям с оценками корпоративной культуры и психологического климата

в организации. В исследовании приняли участие 60 человек (по 20 сотрудников каждой организации).

Программа исследования включала следующие **методики**:

1. Методика измерения доверия/недоверия личности другим людям (А.Б. Купрейченко).

2. Методика диагностики типа корпоративной культуры организации (Т.Ю. Базаров).

3. Диагностический опросник социально-психологического климата группы (А.Ю. Шальто, О.С. Михалюк).

В результате анализа были выявлены следующие особенности корпоративной культуры, психологического климата и доверия личности другим людям сотрудников трех организаций. Их численные показатели представлены в таблице 22.

**В организации №1** преобладает органический тип культуры. Это означает, что большинство проблем решается на основе исходного согласия организации с целями и задачами; лидерство строится на власти и положении; желания и интересы отдельных людей согласуется с интересами организации путем договоренностей; руководство задает цель, сводя к минимуму остальное вмешательство; разногласия и конфликты отражают факт расхождения с общими целями и задачами; информация и данные, как правило, расцениваются как совместное знание, которое не нужно выносить вовне; при этом функции и ответственность являются такими, какими их делают члены коллектива.

По данным исследования, можно сказать, что в организации 1 благоприятный *психологический климат*. Наиболее выражен его эмоциональный компонент. Большинство членов организации работа устраивает, и менять ее они не хотят. Коллег оценивают как хороших и симпатичных. Коллектив в целом нравится, в нем присутствует атмосфера взаимопонимания и уважения. Работники способны оценить деловые качества друг друга. Все сотрудники желали бы встречаться после выхода на пенсию. Они позитивно оценивают организацию работы и влияние руководителя на коллектив. Высокий показатель индекса групповой оценки свидетельствует о том, что работники данного коллектива положительно оценивают такие организационные факторы, как: работа в целом, состояние оборудования, равномерность обеспечения работой; размер заработной платы, санитарно-гигиенические условия, отношения с непосредственным руководителем, возможность повышения квалификации, разнообразие работы, уровень организации работы, степень влияния руководителя на дела коллектива. Такие

особенности социально-психологического климата, основанные на эмоциональном принятии и психологической близости хорошо согласуются с органическим типом корпоративной культуры, предполагающей тесное взаимодействие и общение всех сотрудников. Вероятно, некоторый избыток этого общения приводит к тому, что большинство работников данной организации не хотели бы после долгого перерыва возвращаться на работу, жить близко друг к другу, а также проводить вместе отпуск.

**В организации №2** был выявлен предпринимательский тип корпоративной культуры с элементами бюрократической. Описание культуры данной организации следующее: большинство проблем в организации решаются на основе ясного и сосредоточенного продумывания и открытого взаимодействия; лидерство строится на наличии авторитета и признания; с хроническими проблемами справляются с помощью поиска новых творческих подходов, напряженной дискуссии и выработки способов их решения; функции и ответственность являются такими, какими их делают люди, и разделяются и сменяются по необходимости; руководство определяет лидеров и возможные направления развития, а также задает контекст и цель, сводя к минимуму остальное вмешательство; разногласия и конфликты являются продуктивным выражением индивидуальных особенностей и различий; общение меняется по интенсивности и непредсказуемости; информация и данные контролируются, доступ к ним ограничен они расцениваются как совместное знание, которое не нужно выносить вовне.

Социально-психологический климат организации 2 оценивается ее работниками довольно позитивно. Особенно высоки оценки когнитивного компонента, хотя было дано и много неопределенных ответов. Членам организации работа нравится, менять ее они не хотят или не думали об этом. Охотно вернулись бы на нее после перерыва в работе. Коллег оценивают как разных. Многие члены коллектива не задумывались о том, в какой атмосфере и с какими людьми они работают, а также не задумывались над совместным проведением отпуска. Чуть более половины сотрудников (11 человек из 20) психологическую атмосферу организации оценивают как благоприятную. Практически все (18 человек) могли бы описать деловые качества своих коллег и сказать, кто с кем общается по деловым вопросам. Организацию работы оценивают высоко, считают, что руководитель, безусловно, влияет на работу коллектива. После выхода на пенсию встречаться хотели бы все. Высокий показатель производственной установки свидетельствует о положительном от-

ношении к работе и готовности к взаимодействию. Можно сказать, что меньшая значимость и слабая выраженность эмоционального отношения к коллегам вполне соответствует выявленному в организации 2 предпринимательско-бюрократическому типу корпоративной культуры. В данной организации налицо общая ориентация на результат, а четкая регламентация обязанностей, свойственная бюрократической культуре, способствует его достижению. В таких условиях личные взаимоотношения не оказывают существенного влияния на мотивацию работников и эффективность деятельности.

В организации 3 тип корпоративной культуры четко не определен. Можно предположить, что единая корпоративная культура в ней не сформирована. Об этом говорит большой разброс оценок, относящихся к разным типам культур. В результате чего средние значения показателей разных типов корпоративной культуры примерно одинаковые.

Для сотрудников организации №3 характерны также умеренные оценки социально-психологического климата. При этом большинству опрошенных работников работа нравится, менять ее они не хотят либо об этом не думали. В случае перерыва вернулись бы на нее. В данной организации довольно высок показатель производственной установки. Коллег оценивают как разных, но больше как положительных, нежели как малоприятных. Атмосферу в коллективе оценивают как позитивную. Считают, что работа организована удовлетворительно. Только половина респондентов может оценить деловые и личные качества коллег. В большинстве, респонденты не задумывались над тем, чтобы проводить отпуск вместе, не могут сказать, кто с кем общается по деловым вопросам, не думают о встречах после выхода на пенсию. Половине опрошенных коллектив не нравится. Таким образом, анализ социально-психологического климата подтверждает предположение о несформированности корпоративной культуры в данной организации.

Нами также было проведено сопоставление особенностей доверия/недоверия другим людям у работников трех организаций. Работники организации 1 в большей степени, чем в других организациях, склонны высоко оценивать надежность и расчет в отношениях с человеком, который доверия не оправдал.

Для работников организации 2 характерно наиболее позитивное отношение к человеку, который не оправдал возложенного доверия. Такие люди не испытывают неприязни к тем, кому не доверяют, высоко оценивают единство интересов с ними и считают себя спо-

**Таблица 22**

Показатели корпоративной культуры, социально-психологического климата и доверия/недоверия другим людям у сотрудников 3 организаций

| Показатели   | Орг. №1<br>Среднее | Орг. №2<br>Среднее | Орг. №3<br>Среднее | Значимые различия<br>$p < 0,05$ по тесту<br>Mann–Whitney |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--|
| Органическая корпоративная культура                        | 3,45               | 2,1                | 2,8                | 1 и 2 организ.   |
| Предпринимательская корпоративная культура                 | 2,3                | 4,4                | 2,2                | 2 и 3 организ.   |
| Бюрократическая корпоративная культура                     | 2,1                | 3,5                | 1,95               | 2 и 3 организ.   |
| Партиципативная корпоративная культура                     | 1,3                | 3,05               | 2                  | 1 и 3 организ.   |
| Эмоциональный компонент социально-психологического климата | 0,7                | 0,28               | 0,29               | 1 и 2 организ.   |
| Когнитивный компонент социально-психологического климата   | 0,39               | 0,59               | 0,33               | 2 и 3 организ.   |
| Поведенческий компонент социально-психологического климата | 0,16               | 0,23               | 0,1                | 2 и 3 организ.   |
| Индекс групповой оценки                                    | 6,85               | 5,85               | 4,8                | 1 и 3 организ.   |
| Производственная установка                                 | 0,46               | 0,73               | 0,6                | 1 и 2 организ.   |
| Надежность Д   | 3,88               | 4,18               | 4,57               | 1 и 3 организ.   |
| Надежность НД  | 2,3                | 2,05               | 1,32               | 1 и 3 организ.   |
| Знание Д   | 3,48               | 3,88               | 4,35               | 1 и 3 организ.   |
| Знание НД  | 2,51               | 3,12               | 2,86               | 1 и 2 организ.   |
| Приязнь Д  | 3,89               | 3,95               | 4,58               | 1 и 3 организ.   |
| Приязнь НД   | 2,37               | 2,45               | 1,69               | 2 и 3 организ.   |
| Единство Д   | 3,57               | 3,64               | 4,45               | 1 и 3 организ.   |
| Единство НД  | 2,43               | 2,71               | 1,28               | 2 и 3 организ.   |
| Расчет Д   | 3,86               | 4,22               | 4,2                | 1 и 2 организ.   |
| Расчет НД  | 3,13               | 3,07               | 2,78               | 1 и 3 организ.   |

способными предсказать их поведение. Возможно, эти особенности доверия объясняются социально-демографическими характеристиками сотрудников данной организации. По сравнению с работниками двух других предприятий у работников организации 2 более высокий образовательный уровень и среди них больше мужчин.

Анализ личностных особенностей доверия/недоверия показал, что среди сотрудников организации №3 довольно много представителей типа «сильно дифференцирующий людей, максималист». Для них характерна выраженная разница оценок отношения к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал. Ранее мы уже отмечали, что «максималисты» требовательны к своему социальному окружению и, соответственно, к психологическому климату и атмосфере в организации. В наших исследованиях было показано, что если им не удается сформировать близкие и эмоционально теплые отношения с коллегами, они воспринимают психологическую атмосферу и климат крайне негативно.

Этот результат подтверждается корреляциями между оценками корпоративной культуры, социально-психологического климата в организации и показателями доверия/недоверия личности другим людям (таблица 23).

В силу ограниченности выборки на основании полученных данных трудно сделать серьезные обобщения. Однако заметно, что свойственные «максималистам» высокие показатели надежности, знания, приязни и единства в отношении человека, которому доверяют больше всего, снижают эмоциональную оценку социально-психологического климата. Они также негативно сказываются на когнитивном компоненте климата и на индексе групповой оценки.

Интересным также нам показался такой результат: высокая приязнь, единство и расчет в отношении человека, который доверия не оправдал, чаще встречается у работников оценивающих культуру в организации как бюрократическую. У этого результата возможны два объяснения. Во-первых, люди с такими личностными особенностями довольно комфортно чувствуют себя в регламентированной бюрократической среде, где личные отношения не являются высокозначимым фактором совместной деятельности. Поэтому они выбирают в качестве места работы организации такого типа, а также сами формируют бюрократические отношения с коллегами. Во-вторых, можно предположить, что работа в организации бюрократического типа формирует у личности способность сохранять ощущение единства и приязнь в отношении человека, который доверия не оправдал, и позволяет развить навыки эффективного взаимодействия с такими людьми, в частности,

**Таблица 23.** Коэффициенты корреляции между оценками корпоративной культуры, социально-психологического климата в организации и показателями доверия/недоверия личности другим людям

| Показатели   | Надежность |       | Знание |       | Приязнь |       | Единство |       | Расчет |       |
|--|------------|-------|--------|-------|---------|-------|----------|-------|--------|-------|
|  | Д          | НД    | Д      | НД    | Д       | НД    | Д        | НД    | Д      | НД    |
| Органическая корпоративная культура                        | -0,07      | 0,06  | -0,07  | -0,05 | -0,10   | 0,09  | 0,04     | 0,07  | -0,05  | 0,04  |
| Предпринимательская корпоративная культура                 | 0,04       | -0,03 | -0,15  | 0,06  | 0,04    | 0,20  | -0,22    | 0,22  | -0,05  | -0,19 |
| Бюрократическая корпоративная культура                     | -0,08      | 0,20  | 0,15   | 0,10  | -0,08   | 0,28  | 0,05     | 0,47  | 0,00   | 0,36  |
| Партиципативная корпоративная культура                     | 0,09       | -0,16 | 0,02   | 0,24  | -0,07   | -0,26 | -0,11    | 0,15  | 0,20   | 0,14  |
| Эмоциональный компонент социально-психологического климата | -0,37      | 0,25  | -0,39  | -0,07 | -0,35   | 0,02  | -0,30    | -0,16 | 0,03   | -0,05 |
| Когнитивный компонент социально-психологического климата   | -0,04      | 0,09  | -0,10  | 0,19  | -0,29   | 0,09  | -0,26    | 0,19  | 0,15   | 0,12  |
| Поведенческий компонент социально-психологического климата | -0,11      | 0,17  | 0,14   | 0,00  | -0,07   | -0,04 | -0,10    | 0,03  | 0,15   | 0,02  |
| Индекс групповой оценки                                    | -0,11      | 0,11  | -0,35  | -0,17 | -0,11   | 0,00  | -0,19    | 0,17  | -0,24  | -0,07 |
| Производственная установка                                 | -0,04      | 0,12  | 0,05   | 0,27  | 0,00    | 0,09  | -0,04    | -0,03 | -0,06  | 0,07  |

на основании расчета. Жестко структурированная и нормированная внутренняя среда таких организаций является гарантией безопасного сотрудничества даже с ненадежными людьми.

**Резюме.** В результате проведенного исследования, как и исследований представленных выше, подтверждено *существование взаимосвязи между доверием, психологической атмосферой, типом и силой организационной культуры*. Однако на примере сравниваемых организаций видно, что *могут быть не согласованы между собой отдельные составляющие организационного доверия*, в частности: доверие персонала руководителям, доверие руководителей персоналу, доверие в первичном коллективе, доверие рядовых сотрудников друг другу, доверие организации в целом, доверие деловым партнерам и клиентам и т.д. Так, в организации с высоким уровнем доверия персонала руководству и организации, работники испытывают потребность в большем доверии со стороны руководства и в меньшем доверии по отношению к деловым партнерам. В то же время в организации с низким уровнем доверия к руководству и организации выявлен довольно высокий уровень доверия рядовых сотрудников друг другу.

Результаты исследования также подтверждают гипотезу о том, что оценки организационной культуры и социально-психологического климата связаны с личностными особенностями доверия сотрудников другим людям. Особенности доверия личности другим людям при выборе места работы оказывают влияние на предпочтение того или иного типа культуры организации. Кроме того, человек формирует отношения с коллегами, наиболее соответствующие его личностным особенностям. В свою очередь, преобладающая на предприятии корпоративная культура формирует установку на определенное отношение к другим людям, развивает навыки взаимодействия с ними в соответствии с правилами и нормами организации и создает условия для проявления специфических личностных качеств, в частности, доверия определенного типа и уровня.

## **6.6. Некоторые направления и способы формирования доверия в деловых отношениях**

---

Представленные выше результаты эмпирических исследований доверия в организации, так же как теоретический и эмпирический анализы структуры доверия, позволяют сформулировать некоторые рекомендации по целенаправленному формированию доверия в дело-



вой сфере. Первоочередной вопрос: между какими индивидуальными или групповыми субъектами предстоит формировать доверие? От того, каковы субъекты взаимодействия, зависит не только иерархия основных компонентов доверия, но и само содержание единства, надежности и предсказуемости, а следовательно, и те приемы, которые создают доверие.

Один из основных компонентов доверия, как было показано выше, — надежность партнера по взаимодействию. Представление о надежности партнера подкрепляется, в первую очередь, его способностью и умением добиваться необходимых результатов, выполнять принятые обязательства. При этом ожидания различных заинтересованных групп сильно отличаются. Клиентов фирмы интересует выполнение обещаний в отношении качества продукции и услуг, цен и сроков сделок. Работники фирмы ждут от руководства стабильной занятости, карьерного роста, объективной системы поощрений и наказаний. Руководство, в свою очередь, рассчитывает на высокую производительность труда, эффективное обучение и повышение знаний и навыков персонала. Акционеры рассчитывают на стабильность доходов, развитие технологий и высокую конкурентоспособность фирмы. Государственные органы ожидают получения достоверной отчетности, регулярных налоговых платежей и законной деятельности. Другие важные элементы доверия, основанного на надежности, — оказание поддержки и проявление заботы. Их императивы также отличаются при взаимодействии с различными группами заинтересованных лиц. Предприятия ожидают от своих партнеров, акционеров, клиентов и государственных структур понимания и помощи в сложной ситуации: пролонгации кредитов, отсрочки платежей, сохранения приверженности марке, поддержки сокращения персонала и терпимости к временным убыткам. Для работников фирмы такими проявлениями заботы станут различные виды страхования, гарантии занятости или дополнительные пособия при сокращении, гибкий график работы, различные формы дополнительных отпусков и т.д. Руководство предприятия рассчитывает, что персонал в кризисной ситуации поддержит ряд вынужденных мер, например, задержку заработной платы или сокращение рабочих мест. Важным показателем заботы является проявление активного интереса к работе, признание заслуг и личного вклада.

Второе значимое слагаемое доверия — ощущение единства (тождественности). Наиболее важным императивом единства выступает наличие общих целей и принципов. Спектр этих единых целей и принципов чрезвычайно широк и сильно различается у различных

взаимодействующих экономических субъектов. Представления об основах единства в отношениях между фирмами содержательно будет отличаться от представлений о единстве внутри компании. Так, единство внутри организации может быть сформировано посредством четкого установления приоритетов, выработки мышления по принципу «одна компания, одно видение». Важно развить у работников организации корпоративный дух, который уравновешивал бы интересы и цели личностей, групп и подразделений. Это создается при помощи различных средств. Одним из них является сведение к минимуму иерархических и должностных различий между уровнями организации. Для этого необходимо как устранение ряда статусных символов и льгот, так и подлинная открытость и неформальность делового и личного общения между руководством и персоналом. В качестве дополнительного средства можно использовать специальные тренинги, направленные на формирование общих целей и расстановку приоритетов. Другое средство создания ощущения единства — обеспечение открытой информации о целях и мотивах действия руководства и различных подразделений. Сближению работников различных подразделений способствует совместная работа над проектом, целевые собрания для обсуждения проблем бизнеса, совместное обучение, неформальные встречи по поводу тех или иных событий в организации, т.е. все возможные формы коммуникаций как по вертикали, так и по горизонтали организационной структуры.

И, наконец, третий компонент доверия — предсказуемость или знание опирается, в первую очередь, на четкое следование разработанной стратегии, отсутствие резких изменений курса, на обоснование любых перемен ранее принятых решений и, конечно, на честное, порядочное поведение в отношении всех групп заинтересованных лиц. Компания или менеджер, который ведет себя неэтично по отношению к клиентам, скорее всего не будет слишком щепетилен и по отношению к своим служащим. Для целенаправленного формирования честного и последовательного поведения своих служащих руководство фирмы может применить ряд мер. Начинать необходимо с демонстрации собственной порядочности и последовательности. Кроме того, важно поощрять и приводить в пример тех работников, которые следуют этим принципам. Здесь также существенную роль играет организация прохождения информации. Если руководство фирмы не объяснит своевременно причины, вызвавшие изменение стратегии, своим партнерам и работникам, то достоверная информация будет заменена слухами. Это крайне негативно скажется на уровне доверия.

Таким образом, для того, чтобы эффективно применять на практике результаты исследований доверия, необходимо четко представлять особенности взаимодействующих экономических субъектов, характер их связей, взаимные ожидания и особенности социальных групп, представителями которых они являются. Комплекс мероприятий по формированию доверия в организации должен соответствовать организационной структуре и типу корпоративной культуры. Важное место занимает и учет особенностей внешней среды фирмы. Так, для российских представителей делового мира по экономическим причинам пока недоступен ряд способов формирования и поддержания доверия, в частности, гарантированная занятость, дополнительные выплаты при сокращении персонала или забота о своих пенсионерах. В то же время в сложных условиях существования бизнеса задача разработки корпоративных программ формирования доверия становится еще более актуальной.

### **Выводы по главе 6**

---

1. Определены основные направления исследований доверия и недоверия в организации. Первое рассматривает доверие и недоверие как факторы экономической эффективности организации. Второе изучает факторы формирования этих феноменов. Третье посвящено динамике и механизмам формирования доверия и недоверия в организации. Четвертое направление включает исследования взаимосвязей доверия в организации и других феноменов ее совместной жизнедеятельности.

На основании теоретического анализа и результатов исследования сделан вывод о том, что доверие и недоверие как и психологическая атмосфера, организационная культура и др. являются не только значимыми факторами экономической эффективности предприятия, но и основными показателями психологической эффективности организации. Под *психологической эффективностью организации* понимается разной степени способность и готовность персонала выполнять возложенные на него задачи, в том числе готовность к необходимым или неизбежным изменениям внешней и внутренней среды организации. Корпоративная культура и доверие/недоверие являются интегративными показателями психологической эффективности организации, так как, помимо психологических отношений, включают в себя также нормативную систему принятия решений и организационного поведения.

2. В результате эмпирического исследования, выполненного на базе 29 первичных коллективов и социально-экономических групп 17 различных предприятий, установлены взаимосвязи доверия/недоверия в организации с рядом *феноменов совместной жизнедеятельности* — корпоративной культурой, психологической атмосферой, климатом и групповой сплоченностью. Установлено, в частности, что психологическая атмосфера в большей степени связана с доверием к коллегам, чем к руководителям. Это относится в первую очередь к таким показателям, как сотрудничество-несогласованность, взаимоподдержка-недоброжелательность, увлеченность-равнодушие, занимательность-скука, успешность-безуспешность, продуктивность-непродуктивность. Однако на значения показателей успешность-безуспешность и продуктивность-непродуктивность также оказывает влияние оценка руководителя как надежного. Кроме того, высокая оценка единства с руководителем способствует повышению воспринимаемого уровня сотрудничества и увлеченности. Доверие связано как с содержательными, так и с формально-динамическими характеристиками психологической атмосферы, климата и организационной культуры. Т.е. уровень доверия/недоверия в организации связан не только с выраженностью показателей этих феноменов, но также со степенью их однородности, сформированности, силы и т.д.

3. Проведенный анализ позволил выявить взаимосвязи доверия в организации и некоторых *личностных свойств* работников предприятия. На доверие коллегам и руководителям организации оказывают значимое влияние личностная агрессивность, тревожность, гендерная идентичность и особенности доверия/недоверия личности другим людям. В результате корреляционного анализа обнаружены значимые отрицательные связи личностной тревожности и оценок работниками их единства с коллегами и руководителями. Полученные данные свидетельствуют о том, что высокая личностная агрессивность практически неизбежно снижает доверие к психологически далеким категориям людей (в нашем случае — к руководителям). В отношениях с психологически близкими людьми (коллегами) существуют неоднозначные связи между доверием им и отдельными показателями агрессивности личности. В ходе анализа установлено, что гендерная идентичность является высоко значимым фактором доверия к руководителю. Получены предварительные данные о том, что перечисленные свойства личности могут также влиять на оценки психологической атмосферы, климата и культуры организации.

4. Установлено, что те особенности доверия/недоверия другим людям, которые обусловлены личностными свойствами работников

предприятия, являются значимыми *детерминантами* организационного доверия и недоверия, психологической атмосферы, климата и корпоративной культуры. Эти особенности доверия/недоверия оказывают влияние не только на оценки данных организационно-психологических феноменов, но и на сам процесс их формирования. В частности, тип «сильно дифференцирующий людей, максималист» чрезвычайно требователен к своему социальному окружению. Если такому человеку не удастся сформировать близкие и эмоционально теплые отношения с коллегами, то он воспринимает психологическую атмосферу и климат организации крайне негативно. В то же время, если «максималисты» образуют костяк группы, то они создают некомфортную психологическую атмосферу для новичков. Получены также данные о том, что доверие/недоверие личности другим людям связано со статусными и профессиональными особенностями ее деятельности. В частности, *надежность* является более значимым критерием доверия/недоверия в группах тесно взаимодействующих работников, *единство* — значимый критерий для менеджеров.

Таким образом, требования профессии, занимаемой должности и внутренней среды организации определяют отбор на определенные позиции людей, наиболее подходящих по своим характеристикам отношения к другим людям. В то же время *специфика* деятельности, организационной среды и культуры определяет значимость для личности доверия/недоверия в целом и отдельных его показателей, сказывается на формировании навыков взаимодействия с людьми в соответствии с нормами и правилами организации и оказывает влияние на создание условий для проявления определенных личностных качеств.

5. На примере сравниваемых в исследовании организаций выявлено *рассогласование* между отдельными составляющими организационного доверия/недоверия, в частности: доверия/недоверия к организации у работников разных подразделений, представлениями о доверии/недоверии в организации у рядовых работников и менеджеров, а также между доверием/недоверием организации в целом и доверием/недоверием персонала руководителям, руководителей персонала, сотрудников друг другу, деловым партнерам и клиентам и т.д. Так, в организации с высоким уровнем доверия персонала руководству и организации работники испытывают потребность в большем доверии со стороны руководства и в меньшем доверии по отношению к деловым партнерам. В то же время, в организации с выраженным недоверием к руководству и организации выявлен довольно высокий уровень доверия рядовых сотрудников друг другу.

Было также установлено, что групповые особенности представлений о доверии и недоверии в организации могут определяться преобладающей направленностью сотрудников подразделения, а также в высокой степени — личностными и профессиональными качествами линейных менеджеров. Показано, что значимое влияние на уровень доверия/недоверия рядовых работников организации оказывают не только отношения в системе «персонал — руководство», но и взаимоотношения организации и руководства с деловыми партнерами и клиентами.

\* \* \*

Проведенное исследование позволило подтвердить ключевые положения предложенной концептуальной модели (рисунок 1). Удалось получить доказательства того, что доверие и недоверие в организации определяются *организационно-психологическими феноменами различных уровней*: общеорганизационными, групповыми и индивидуальными. В результате анализа выделены основные направления изучения доверия в организации и определены актуальные проблемы по каждому направлению. Их результаты могут найти применение при разработке практических рекомендаций, которые будут способствовать деперсонификации доверия и, как следствие, повышению эффективности деловых контактов. Одним из перспективных направлений исследований может быть поиск соответствия между основаниями организационного доверия и недоверия и типами корпоративной культуры, психологической атмосферы, исполнительской деятельности, стиля руководства и других феноменов совместной жизнедеятельности. Для выявления психологических закономерностей, стоящих за этими взаимосвязями, необходимо получить эмпирический материал на нескольких десятках, а то и сотнях предприятий. Пока можно лишь констатировать, что такие зависимости имеют место.

Исследования, выполненные по представленной в главе программе, несомненно, будут продолжены и развиты. Полученные данные могут быть использованы при анализе особенностей доверия и недоверия у персонала организации. Результаты диагностики позволят целенаправленно формировать те компоненты, а также основания доверия (единство, забота и т.д.) и недоверия (контроль, гарантии и т.д.), которые наиболее значимы именно для конкретного коллектива и соответствуют корпоративной культуре, целям деятельности и направлениям развития организации.

## Литература к главе 6

1. Антоненко И.В. Социально-психологические исследования доверия в сфере деловых отношений. М.: ГУУ, 2003.
2. Балущий И.В. Особенности проявления доверия в статусных межличностных отношениях. Дис... канд. психол. наук. Ростов н/Д, 2002.
3. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2003. 436 с.
4. Журавлев А.Л., Сумарокова В.А. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные особенности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1998. С. 258–272.
5. Переверзева И.А. Проблема доверия в сфере бизнеса // Иностранная психология. 2000. № 12. С. 84–93.
6. Шихирев П.Н. Взаимное доверие как основа деловой этики // Доверие — ключ к успеху экономических реформ (материалы «Круглого стола»). М.: Институт экономики РАН, 1998. 208 с.
7. Шо Р.Б. Ключи к доверию в организации: Результативность, порядочность, проявление заботы. М.: Дело, 2000. 272 с.
8. Aiello J.R. Computer-based monitoring: electronic surveillance and its effects // J. Appl. Soc. Psychol. 1993. V. 23. P. 499–507.
9. Allison S.T., Messick D.M. Social decision heuristics in the use of shared resources // J. Behav. Decis. Mak. 1990. V. 3. P. 195–204.
10. Barber B. The Logic and Limits of Trust. New Brunswick, NJ: Rutgers Univ. Press, 1983. 310 p.
11. Bies R. J., Tripp T. Beyond trust: “Getting even” and the need for revenge. // Trust in Organizations: Frontiers of theory and research / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 246–260.
12. Bies R. J., Tripp T., Kramer R. At the breaking point: Cognitive & social dynamics of revenge in organizations // Antisocial behavior in organizations / Eds. J. Greenberg, R. Giacalone. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997. P. 18–36.
13. Bonacich P., Schneider S. Communication networks and collective action // A Social Psychological Approach to Social Dilemmas / Eds. W.G. Liebrand, D.M. Messick, H.A.M. Wilke. Oxford, Engl.: Pergamon. 1992. P. 128–141.
14. Boon S.D., Holmes J.G. The dynamics of interpersonal trust: Resolving uncertainty in the face of risk / Cooperation and Pro-social Behavior // Eds. R.A. Hinde, J. Groebel. NY: Cambridge Univ. Press, 1991. P. 167–182.
15. Boyle R., Bonacich P. 1970. The development of trust and mistrust in mixed-motives games // Sociometry. V. 33. P. 123–139.

16. Brann P., Foddy M. Trust and the consumption of a deteriorating resource // *J. Confl. Resolut.* 1988. V. 31. P. 615–630.
17. Brewer M.B. In-group favoritism: the subtle side of inter-group discrimination // *Codes of Conduct: Behavioral Research and Business Ethics* / Eds. D.M. Messick, A. Tenbrunsel. NY: Russell Sage Found, 1996. P. 160–171.
18. Brockner J., Seigel P.A. Understanding the interaction between procedural and distributive justice: the role of trust // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 390–413.
19. Brockner J., Siegel P.A., Daly J.P., Tyler T. When trust matters: the moderating effects of outcome favorability // *Admin. Sci. Q.* 1997. V. 43. P. 558–583.
20. Bromiley P., Cummings L.L. Transaction costs in organizations with trust // *Research on Negotiation in Organizations* / Eds. R. Bies, R. Lewicki, B. Sheppard. Greenwich, CT: JAI, 1996. V. 5. P. 219–247.
21. Burt R., Knez M. Kinds of third-party effects on trust // *J. Ration. Soc.* 1995. V.7. P.255–292.
22. Burt R., Knez M. Third-party gossip and trust // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 68–69.
23. Butler J. 1991. Toward understanding and measuring conditions of trust: evolution of a condition of trust inventory // *J. Manage.* V. 17. P. 643–663.
24. Chiles T.H., McMackin J.F. Integrating variable risk preferences, trust, and transaction cost economics // *Acad. Manage. Rev.* 1996. V. 21. P. 73–99.
25. Cialdini R. The triple tumor structure of organizational behavior // *Codes of Conduct* / Eds. D.M. Messick, A.E. Tenbrunsel. NY: Russell Sage Found, 1996. P.44–58.
26. Coleman J. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press, 1990. 993 p.
27. Cox T.Jr., Tung R.L. The multicultural organization Revisited // *Creating tomorrow's organizations: A handbook for future research in organizational behavior* / Eds. C.L. Cooper, S.E. Jackson. London: Wiley. 1997. P. 7–28.
28. Creed W.D., Miles R.E. Trust in organizations: a conceptual framework linking organizational forms, managerial philosophies, and the opportunity costs of controls // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 16–38.
29. Darley J.M. Commitment, Trust, and Worker Effort Expenditure in Organizations // *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches (The Russell Sage Foundation Series on Trust, V.7)* / Eds. R.M. Kramer, K.S. Cook. Russell Sage Foundation Publications, 2004. P. 127–152.
30. D'Aveni R.A. *Hypercompetition: Managing the dynamics of strategic maneuvering*. NY: Free Press, 1994.



31. Dawes R.M. *House of Cards: Psychology and Psychotherapy Built on Myth*. New York: Free Press, 1994.
32. Deutsch M. Trust and suspicion // *J. Confl. Resolut.* 1958. V. 2. P. 265-279.
33. *Distrust* (Russell Sage Foundation Series on Trust, Vol. 8) / Ed. R. Hardin. Russell Sage Foundation Publications. 2004. 334 p.
34. Edmondson A.C. Psychological Safety, Trust, and Learning in Organizations: A Group-Level Lens // *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches* (The Russell Sage Foundation Series on Trust, V.7) / Eds. R.M. Kramer, K.S. Cook. Russell Sage Foundation Publications, 2004. P. 239-272.
35. Eisenhardt K.M., Tabrizi B.N. Accelerating adaptive processes: Product innovation in the global computer industry // *Administrative Science Quarterly*, 1995. V. 40. P. 84–110.
36. Elsbach K.D. Managing Images of Trustworthiness in Organizations // *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches* (The Russell Sage Foundation Series on Trust, V.7) / Eds. R.M. Kramer, K.S. Cook. Russell Sage Foundation Publications, 2004. P. 275–292.
37. Enzle M.E., Anderson S.C. Surveillant intentions and intrinsic motivation // *J. Per. Soc. Psychol.* 1993. V.64. P.257–266.
38. Farrell H., Knight J. Trust, Institutions and Institutional Evolution: Industrial Districts and the Social Capital Hypothesis // *Politics and Society*. 2003. V. 31. Is. 4. P. 537-556.
39. Farrell H. Trust, Distrust, and Power // *Distrust* / Ed. R. Hardin. Russell Sage Foundation, 2004.
40. Fine G., Holyfield L. Secrecy, trust and dangerous leisure: generating group cohesion in voluntary organizations // *Soc. Psychol. Q.* 1996. V. 59. P. 22-38.
41. Gabarro J.J. The development of trust and expectations // *Interpersonal Behavior: Communication and Understanding in Relationships* / Eds. A.G. Athos, J.J. Gabarro. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1978. P. 290–303.
42. Granovetter M. Economic action and social structure: the problem of embedded-ness // *Am. J. Sociol.* 1985. V. 91. P. 481–510.
43. Gurtman M.B. Trust, distrust, and interpersonal problems: a circumplex analysis // *J. Pers. Soc. Psychol.* 1992. V. 62. P. 989–1002.
44. Hamel G., Prahalad C. K. *Competing for the future*. Boston: Harvard Business School Press, 1994.
45. Hardin R. The street-level epistemology of trust // *Anal. Krit.* 1992. V. 14. P. 152–176.
46. Hardin R. *Trust*. NY: Russell Sage. 1998.

47. Hochschild A.R. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: Univ. Calif. Press, 1983. 307 p.
48. Hosmer L.T. Trust: the connecting link between organisational theory and philosophical ethics // *Academy of Management Review*. 1995. V. 20. N 2. P. 379-403.
49. Kramer R.M. Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions // *Annual Reviews Psychology*. 1999. V. 50. P. 569–598.
50. Kramer R.M., Cook K.S. Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches // *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches (The Russell Sage Foundation Series on Trust, V.7)* / Eds. R.M. Kramer, K.S. Cook. Russell Sage Foundation Publications, 2004. P. 1-18.
51. Kruglanski A.W. Attributing trustworthiness in supervisor-worker relations // *J. Exp. Soc. Psychol.* 1970. V. 6. P. 214–232.
52. Lewicki R.J., Bunker B.B. Trust in relationships: a model of trust development and decline // *Conflict, Cooperation, and Justice* / Eds. B.B. Bunker, J.Z. Rubin. San Francisco: Jossey-Bass, 1995.
53. Lewicki R. J., McAllister D J., Bies R.J. Trust and distrust: New relationships and realities // *Academy of Management Review*. 1998. V. 23. Is. 3. P. 438-459
54. Levicky R. J., Stevenson M., Bunker B.B. The three components of interpersonal trust: instrument development and differences across relationships // *The Ohio State University: WPS*. Feb. 1997.
55. Lindsfold S. Trust development, the GRIT proposal, and the effects of conciliatory acts on conflict and cooperation // *Psychol. Bull.* 1978. V. 85. P.772-793.
56. Luhmann N. *Trust and power*. Chichester, England: Wiley, 1979.
57. March J.G., Olsen J.P. *Rediscovering institutions: The Organizational Basis of Politics*. New York: Free Press, 1989. 227 p.
58. Mayer R.C., Davis J.H. The effect of the performance appraisal system on trust for management: A field quasi-experiment // *Journal of Applied Psychology*. 1999. V. 84. P. 123–136.
59. Mayer R.C., Davis J.H., Schoorman F.D. An integrative model of organizational trust // *Acad. Manage. Rev.* 1995. V. 20. P. 709–734.
60. McAllister D.J. Two faces of interpersonal trust // *Research on negotiation in organizations. V.6* / Eds. R.J. Lewicki, R.J. Bies, B.H. Sheppard. Greenwich, CT: JAI Press, 1997. P. 87–112.
61. Messick D.M., Liebrand W.G. Individual heuristics and the dynamics of cooperation in large groups // *Psychol. Rev.* 1995. V. 102. P. 131-145.
62. Messick D.M., Wilke H., Brewer M.B., Kramer R.M., Zemke P.E., Lui L. Individual adaptations and structural change as solutions to social dilemmas // *J. Pers. Soc. Psychol.* 1983. V. 44. P. 294–309.
63. Meyerson D., Weick K., Kramer R.M. Swift trust and temporary groups //

- Trust in Organizations: Frontiers of theory and research / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 66–195.
64. Mishra N. Organizational responses to crisis: the centrality of trust // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 261–287.
  65. Murnighan J.K., Kim J.W., Metzger A.R. The volunteer dilemma // *Admin. Sci. Q.* 1994. V. 38. P. 515–538.
  66. Olson M. *The Logic of Collective Action*. New Haven, CT: Yale Univ. Press, 1965. 271 p.
  67. Orbell J, Dawes R., Schwartz-Shea P. Trust, social categories, and individuals: the case of gender // *Motiv. Emot.* 1994. V. 18. P. 109–128.
  68. Parks C.D., Henager R.F., Scamahorn S.D. Trust and reactions to messages of intent in social dilemmas // *J. Confl. Resolut.* 1996. V. 40. P. 134–151.
  69. PEW Research Center for the People and the Press. *Trust and Citizen Engagement in Metropolitan Philadelphia: A Case Study*. Washington, DC: PEW. 1996. 131 p.
  70. Pilisuk M., Kiritz S., Clampitt S. Undoing deadlocks of distrust: hip Berkeley students and the ROTC // *J. Confl. Resolut.* 1971. V. 15. P. 81–95.
  71. Pilisuk M., Skolnick P. Inducing trust: A test of the Osgood Proposal // *J. Pers. Soc. Psychol.* 1968. V. 8. P. 121–133.
  72. Rotter J.B. Generalized expectancies for interpersonal trust // *Am. Psychol.* 1971. V. 26. P. 443–452.
  73. Rotter J.B. Interpersonal trust, trustworthiness, and gullibility // *Am. Psychol.* 1980. V. 35. P. 1–7.
  74. Rousseau D.M., Sitkin S.B., Burt R.S., Camerer C. Not so different after all: a cross-discipline view of trust // *The Academy of Management Review*. 1998. V. 23. Is. 3. P. 393–404.
  75. Schneider B., Bowen D. E. *Winning the service game*. Boston: Harvard Business School Press, 1995.
  76. Shapiro D.L., Sheppard B.H., Cheraskm L. Business on a handshake // *Negot. J.* 1992. V. 8. P. 365–377.
  77. Sheppard B.H. Negotiating in long-term mutually interdependent relationships among relative equals. V.5. // *Research on negotiation in organizations* / Eds. R.J. Bies R.J. Lewicki, B.H. Sheppard, Greenwich, CT: JAI Press. 1995. P. 3–44.
  78. Solomon L. The influence of some types of power relationships and game strategies upon the development of interpersonal trust // *J. Abnorm. Soc. Psychol.* 1960. V. 61. P. 223–230.
  79. Sorrentino R.M., Holmes J.G., Hanna S.E., Sharp A. Uncertainty orientation and trust in close relationships: individual differences in cognitive styles // *J. Pers. Soc. Psychol.* 1995. V. 68. P. 314–327.

80. Special topic forum on trust in and between organizations // *The Academy of Management Review*. 1998. V. 23. Is. 3. P. 387–620.
81. Strickland L.H. Surveillance and trust // *J. Pers.* 1958. V. 26. P. 200–215.
82. Trust in Organizations: Frontiers of theory and research / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. 429 p.
83. Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches (The Russell Sage Foundation Series on Trust, V.7) / Eds. R.M. Kramer, K.S. Cook. Russell Sage Foundation Publications, 2004.
84. Tyler T.R. Psychological models of the justice motive // *J. Pers. Soc. Psychol.* 1994. V. 57. P. 830–838.
85. Tyler T.R., Degoey P. Collective restraint in social dilemmas: procedural justice and social identification effects on support for authorities // *J. Pers. Soc. Psychol.* 1996. V. 69. P. 482–497.
86. Tyler T.R., Degoey P. Trust in organizational authorities: the influence of motive attributions on willingness to accept decisions // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 331–357.
87. Tyler T.R., Kramer R.M. Whither trust? // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 1–15.
88. Tyler T.R., Lind E.A. A relational model of authority in groups // *Advances in Experimental Social Psychology* / Ed. M. Snyder. NY: Academic, 1992. V. 25. P. 115–192.
89. Uzzi B. Social structure and competition in mterfirm networks: the paradox of embeddedness // *Admin. Sci. Q.* 1997. V. 42. P. 35–67.
90. Webb G. Trust and crises // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 288–302.
91. Weick K.E. The collapse of sensemaking in organizations: the Mann Gulch disaster // *Admin. Sci. Q.* 1993. V. 38. P. 628–652.
92. Weick KE, Roberts K. Collective mind in organizations: heedful interrelating on flight decks // *Admin. Sci. Q.* 1993. V. 38. P. 357–381.
93. Williamson O. Calculativeness, trust, and economic organization // *Law Econ.* 1993. V. 34. P. 453–502.
94. Wrightsman L.S. Interpersonal trust and attitudes toward human nature // *Measures of Personality and Psychological Attitudes* / Eds. J. Robinson, P. Shaver, L. Wrightsman. San Diego, CA: Academic, 1991. P. 373–412.
95. Zuboff S. *In the Age of the Smart Machine*. NY: Basic Books, 1988. 178 p.
96. Zucker L.G. Production of trust: institutional sources of economic structure, 1840-1920 // *Res. Organ. Behav.* 1986. V. 8. P. 53–111.



## **РАЗДЕЛ 3**

---

---

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

---

---



## **ГЛАВА 7**

### **ОСНОВНЫЕ ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ**

#### **7.1. Итоги исследования**

---

Одной из наиболее значимых задач выполненного исследования являлся теоретико-эмпирический анализ содержания, функций и места в системе феноменов и понятий доверия и недоверия (глава 1). Рассмотрено соотношение доверия и недоверия, а также определено их место в сфере психологических феноменов. В ходе теоретического анализа сопоставлены различные виды доверия личности (себе, миру, другим людям) и проведено эмпирическое исследование, которое продемонстрировало как их относительную независимость, так и взаимообусловленность. Важным теоретическим результатом работы можно считать построение структуры критериев доверия и недоверия личности другим людям в процессах формирования, оправдания и поддержания доверия, а также формирования, оправдания и преодоления недоверия. В итоге анализа выявлены основные личностные детерминанты критериев доверия и недоверия. Другим важным результатом является построение наиболее полной, по сравнению с выполненными ранее, типологии доверия/недоверия личности другим людям.

Проведенное исследование показало, что особенности доверия и недоверия (значимость, функции, критерии, структура) обусловлены характеристиками сферы жизнедеятельности, в которой они формируются, особенностями партнеров, спецификой отношений и историей взаимодействия с данным и подобными ему объектами. Доверяющее и недоверяющее поведение субъекта определяется социальными нормами, а, кроме того, ожиданиями и убеждениями субъекта, его парт-



нера и их социального окружения. Важным моментом является и то, что доверие и недоверие имеют *ценностную основу* и поэтому могут выступать проявлением осознанной позиции или неосознаваемого отношения к ценностям партнера или объекта. «Мандат доверия» или «вотум недоверия» — характерные примеры таких форм отношения. Роль доверия и недоверия в жизнедеятельности субъекта определяется многими факторами, в первую очередь основными целями и задачами конкретного этапа жизни субъекта, а также его жизненными ценностями, принципами, мотивами и т.д. Так, в одних условиях доверие выступает важным регулятором взаимоотношений, например, критерием отбора близких людей. А в других, наоборот, сложившееся социально-психологическое пространство предполагает осознаваемое или неосознаваемое манипулирование элементами доверия с целью сохранения сложившейся системы отношений.

В ходе многолетнего исследования получены подтверждения того, что доверие и недоверие есть *осознанно выбранное личностью отношение* к окружающему миру и людям. Так, результаты анализа критериев доверия и недоверия личности другим людям, выполненного в главе 2, показали высокую значимость принципов и ценностей, целей и мотивов личности в формировании ее отношения к другому человеку. Система ценностей и норм субъекта оказывает влияние, в частности, на отношение к представителям различных социальных групп (социально-экономических, этнических, религиозных и т.д.), а также на отношение к личностным особенностям другого человека. Жизненные принципы, ценности и цели субъекта оказывают влияние на оценку в качестве критериев доверия или недоверия многих личностных свойств другого человека: его силы и слабости, ума и глупости, пассивности и активности, склонности к риску и т.д. Кроме того, некоторые качества одними и теми же респондентами рассматриваются как критерии доверия для психологически близких и своих людей и как критерии недоверия для далеких и чужих. В этом феномене также проявляется осознанная позиция субъекта по отношению к различным социальным категориям людей. Необходимость поддержания сложившейся социальной структуры требует позитивно оценивать членов своей группы за те же качества, за которые негативно оцениваются «чужаки». В результате этого доверие как бы «обслуживает», подкрепляет отношения психологической близости, способствует сохранению социально-психологического пространства личности, а также выполняет функцию поддержания позитивной идентичности, защиты Я-концепции и сохранения системы наиболее значимых отношений личности — «стержня» ее самоопределения.

Роль доверия в формировании, функционировании и развитии социально-психологического пространства личности наглядно продемонстрирована в ходе исследования психологической дистанции (глава 3). Эмпирически подтверждено, что выраженность показателей доверия (надежности, единства, предсказуемости и т.д.) служит одним из *оснований категоризации* субъектом социального окружения по величине психологической дистанции. Анализ структуры психологической дистанции показал, что доверие выступает одним из ее ключевых элементов, значимым на протяжении всего континуума отношений личности с социальным окружением. Специфика исследования состояла в том, что изучались не отношения в диаде (“своя группа — чужая группа”), а категоризация всего социального окружения личности. Кроме того, важной особенностью работы, является акцент на изучении взаимности в отношениях личности и представителей разных социальных категорий. Полученные данные позволяют сделать вывод о том, что на величину психологической дистанции с различными социальными категориями оказывают влияние следующие *основные факторы*: базовые отношения и установки личности (направленность, отношение к социальному окружению и т.д.), значимость и функции конкретных социальных групп в жизнедеятельности субъекта, наличие и содержание опыта взаимодействия с их представителями, социальные стереотипы, индивидуально-психологические характеристики и др.

Методическая работа, результаты которой представлены в главе 4, подтвердила обоснованность выделения в структуре доверия основных *компонентов*: доверие, основанное на *надежности*; доверие, основанное на *знании*; доверие, основанное на *единстве*. Теоретическая модель была дополнена двумя дополнительными компонентами: доверие, основанное на эмоциональной *приятности* (фактически доверие заменяется верой), и доверие, основанное на *расчете*. В основу авторской методики доверия/недоверия личности другим людям были положены пять перечисленных шкал, по предварительным данным являющихся симметричными критериями доверия/недоверия. Последнее означает, что с ростом каждого из этих показателей одновременно возрастает доверие и снижается недоверие. Психометрическая проверка методики подтвердила обоснованность предложенной модели, но также выявила и несовпадающие элементы доверия и недоверия. В окончательный вариант методики, помимо пяти названных шкал, была также введена шкала отношения к недостаткам другого человека, позволяющая выявлять амбивалентность в доверии и недоверии ему.

В ходе анализа личностных типов доверия/недоверия (глава 4) удалось установить, что наиболее существенные личностные особенности доверия/недоверия заключаются в разной степени дифференциации отношения к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал. Различия в значимости для личности отдельных оснований доверия являются менее существенными. Хотя и в данном аспекте были обнаружены *групповые и социально-демографические* особенности. Так, женщины чаще, чем мужчины, используют приязнь в качестве основания доверия/недоверия и чаще склонны заменять подлинное доверие верой. В то же время такое основание доверия/недоверия как расчет более характерно для мужчин. В ходе исследования были также выявлены особенности оснований доверия/недоверия у представителей различных демографических групп и сфер деятельности (студентов, менеджеров, предпринимателей, рядовых наемных работников и т.п.).

В результате специального анализа (глава 4) обнаружены взаимосвязи различных видов доверия/недоверия личности. Так, установлено, что доверие подростков себе тесно взаимосвязано с доверием/недоверием личности другим людям. Наиболее интересным фактом является то, что для не доверяющих себе подростков характерны несформированность отношений доверия и недоверия с другими людьми и нечеткость самих критериев доверия/недоверия. Показано также, что общее доверие людям — «Вера в людей» — оказывает влияние на отношения личности с конкретными людьми ее социально-психологического пространства. Это влияние главным образом прослеживается в степени дифференциации отношений к человеку, которому доверяют больше всего, и к человеку, который доверия не оправдал. В ходе исследования было частично подтверждено предположение об относительной независимости трех видов доверия личности (себе, доверие другому человеку и миру в целом). В результате анализа выделены отдельные факторы доверия личности себе и другим людям. В то же время в представлениях личности доверие/недоверие миру и другим людям тесно связаны. В частности, получены следующие факторы недоверия: «Недоверие личности миру и другим людям как безответственным и несправедливым», «Недоверие личности миру и другим людям как опасным объектам».

Результаты исследования доверия и недоверия потребителей рекламе и рекламным персонажам (глава 5) продемонстрировали обусловленность этих феноменов личностными особенностями доверия/недоверия миру, себе, другим людям. Полученные результаты в очередной раз подтвердили, что ценности и мотивы личности

определяют значимость как самого феномена доверия/недоверия в отношении к конкретному объекту, так и выбор критериев этого отношения. В восприятии респондентов реклама и рекламные образы выполняют различные *социально-психологические функции*. Для части респондентов реклама, содержащая женские образы, главным образом – развлечение или предмет эстетического удовольствия. Соответственно, и рекламная женщина воспринимается в первую очередь как прекрасный и/или сексуально-притягательный объект. В то же время часть зрителей воспринимают ее как партнера по взаимодействию и общению. Некоторые респонденты рассматривают ее лишь как источник достоверной информации. Определенная категория людей видит в рекламном образе себя (Я-идеальное или Я-реальное). Для значительной части выборки реклама выполняет одновременно несколько функций. В зависимости от выполняемых рекламой и рекламными образами функций меняется значимость доверия рекламному образу и основные его критерии. Если реклама воспринимается скорее как развлечение, то доверие ей и ее персонажам наименее значимо и не выражено. Если рекламный персонаж воспринимается одновременно как источник информации, как партнер по взаимодействию, как объект идентификации респондента то доверие становится высокозначимой характеристикой идеального рекламного образа. Установлено, что большая часть выборки молодых мужчин строит свое отношение к идеальному женскому рекламному образу на основе эмоциональной признания.

Эмпирическое исследование доверия и недоверия в организации, выполненное на базе ряда современных российских предприятий позволило подтвердить ключевые положения предложенной концептуальной модели (глава 6, рисунок 1). Так, удалось получить доказательства того, что доверие и недоверие в организации определяются *организационно-психологическими феноменами* разных уровней: общеорганизационными (психологическая атмосфера, климат, корпоративная культура, организационная сплоченность, лояльность и др.), групповыми психологическими феноменами (уровень трудовой мотивации, совместимость, сработанность и т.д.) различных групп организации и индивидуальными (удовлетворенность работой, социально-психологический статус, социальные ожидания и опасения, структура мотивации, отношения с конкретными работниками и группами организации и др.). Установлены закономерные взаимосвязи между доверием в организации и другими феноменами совместной жизнедеятельности – организационной культурой, психологической атмосферой и психологическим климатом. Выясни-

лось, что доверие/недоверие связано как с *содержательными*, так и с *формально-динамическими характеристиками* организационной культуры. Это означает, что на уровень и тип доверия/недоверия в организации влияет не только вид организационной культуры, но также и степень ее сформированности (мощность и сила).

Полученные результаты подтвердили, что значимыми факторами доверия и недоверия являются структурные и экономические особенности организации, а также ее численный состав и распределение работников по полу и возрасту. Социально-демографические особенности работников оказывают влияние на доверие и недоверие в организации не напрямую, а опосредствованно – через взаимодействие с ценностно-смысловыми, структурно-функциональными и социально-экономическими характеристиками организации. В частности, возраст, пол и уровень образования работников тесно связаны с такими показателями, как стаж профессиональной деятельности, должность, карьерные перспективы, служебные обязанности, уровень оплаты труда и т.д. А они, в свою очередь, оказывают влияние на субъективный статус, удовлетворенность трудом, а в результате на индивидуальную и групповую оценку доверия/недоверия, психологической атмосферы и корпоративной культуры.

Потребности и притязания, цели и ценности, ожидания и жизненная позиция отдельных сотрудников и различных групп в организации также оказывают значимое влияние на оценки доверия/недоверия в трудовом коллективе. Важными свойствами являются их готовность к изменениям, склонность к сотрудничеству и конкуренции и др. Установлено, что доверие в организации (доверие коллегам и руководителю) связано с некоторыми личностными особенностями: агрессивностью, тревожностью, типом гендерной идентичности, особенностями отношения и доверия/недоверия личности другим людям. В частности, с типом межличностного доверия/недоверия. Тип личностного доверия/недоверия, отношение к другим людям, направленность личности, как и другие личностные характеристики, оказывают влияние не только на оценки организационно-психологических феноменов (психологической атмосферы, организационного доверия, корпоративной культуры), но и на сам процесс их формирования. Поскольку каждый член коллектива вносит в создание психологической атмосферы и доверия в организации вклад такого типа и интенсивности, которые соответствуют его личностным особенностям, потребностям, ожиданиям, опасениям и т.д.

Показано, что значимое влияние на уровень доверия и недоверия рядовых работников организации оказывают не только отношения

в системе «персонал – руководство», но и взаимоотношения организации и руководства с деловыми партнерами и клиентами. Это подтверждает принятую точку зрения, что репутация и деловой имидж являются важными основаниями для построения доверия. Интересными и новыми, однако, являются данные о том, что «внешний» имидж высоко значим для внутриорганизационных отношений. В ходе исследования выявлено также рассогласование между отдельными составляющими организационного доверия/недоверия, в частности: доверия/недоверия персонала руководителям, руководителей персоналу, рядовых сотрудников друг другу, деловым партнерам и клиентам, в различных первичных коллективах, в организации в целом и т.д.

## **7.2. Перспективные направления исследований доверия и недоверия**

---

Основная сложность изучения доверия и недоверия состоит в том, что они проявляются в разнообразных формах и видах, которые различаются по своим основаниям и условиям возникновения, динамике и функциям в жизнедеятельности личности, группы или общества в целом. Проведенный анализ видов, форм и типов доверия и недоверия позволил выявить следующие *основания их группирования*: объект, а также субъект доверия и недоверия (в ряде случаев субъект и объект доверия не идентифицируются, например, это характерно для институционального и генерализованного доверия); сферы приложения доверия и недоверия; формально-динамические характеристики доверия и недоверия; сочетание разных уровней проявления отдельных видов доверия и недоверия (например, сочетания различной степени выраженности доверия и недоверия в отношении одного объекта, а также сочетание различных степеней доверия и недоверия личности миру, другим людям, самой себе и т.д.); основания и степень выраженности компонентов доверия и недоверия как психологического отношения; функции доверия и недоверия. Так, доверие и недоверие будут отличаться по ряду перечисленных признаков в случае, если их основной функцией является максимизация взаимной пользы от взаимодействия, и в случае, если они призваны сохранять неизменным сложившееся социально-психологическое пространство субъекта. Особенности доверия и недоверия различных субъектов (экономических, социальных, демографических слоев и групп) могут быть также обусловлены ролью, которую они выполняют в обществе. Например, молодежь стремится ко всему новому, к познанию и освоению окружа-

ющего мира, пренебрегая безопасностью ради постижения и открытия этого нового, а пожилые люди выражают недоверие всему чужому, демонстрируют осторожность при взаимодействии с неизвестными объектами и явлениями ради сохранения социального окружения и понятного традиционного мировоззрения.

Таким образом, необходим дальнейший анализ **многообразия видов и форм доверия и недоверия**: от их межличностного уровня до доверия/недоверия безличным элементам социальной системы, общественным явлениям, а также абстрактным идеям и т.д. В планируемых исследованиях необходимо учитывать *динамику* содержания и функций доверия и недоверия в человеческом обществе. В исследованиях историков, социологов, экономистов и психологов отмечается тенденция перехода от традиционалистского типа доверия к современному: от высокого доверия «своим», к умеренному доверию любому человеку, с которым приходится взаимодействовать. Многие авторы считают, что в современном обществе «рождается структурно обоснованная потребность в людях как партнерах для общения, в средстве самореализации, наряду с интересом к людям как к носителям ролей, программ и ценностей» [261, с. 77].

В современном обществе, в связи с ростом интенсивности взаимодействия человека с малоизвестными ему людьми, социальными институтами, новыми общественными явлениями обостряется проблема информационно-психологической безопасности, а, следовательно,— недоверия. Отсутствие психологической и духовной близости многократно увеличивает риск и неопределенность при взаимодействии людей и их общностей. Это представляет собой серьезнейшую проблему, стоящую перед современными формами социальной организации, которую, по словам А. Селигмена, неизвестно, удастся ли нам разрешить [215, с. 105]. Таким образом, наиболее перспективное направление исследований – **совместный анализ доверия и недоверия**.

В этих исследованиях основной сложностью является наличие *тесной взаимосвязи доверия и недоверия* в одних системах отношений и условиях и их *автономность, независимость* — в других. Распространенным является наличие убеждений, эмоций и поступков, выражающих как доверие, так и недоверие в отношении одного и того же объекта. Следует сказать, что отмеченные сложности анализа доверия и недоверия одновременно определяют наиболее перспективные направления изучения данных феноменов. Несомненно, одним из наиболее интересных и важных направлений является психологический анализ **различных типов сочетания доверия и недоверия**. Можно

предположить, что в отношении одного и того же объекта возможны его оценки как достойного доверия по одним критериям, например, единства, надежности, и в то же время недоверия по критерию предсказуемость. Одновременно он может заслуживать доверия в одной сфере жизнедеятельности, например в профессиональной, но вызывать недоверие как источник информации о новостях культуры и т.д. Кроме того, институализированное доверие к этому партнеру, например, как к руководителю, облеченному полномочиями, владеющему информацией и несущему ответственность за подчиненных, может сочетаться с недоверием, основанным на негативном опыте реального взаимодействия.

В исследованиях нравственно-психологической и социально-нормативной регуляции жизнедеятельности общностей людей, важнейшими составляющими которой являются доверие и недоверие, существует сложность, связанная с тем, что такая регуляция осуществляется как посредством *формальных*, внешних по отношению к субъекту правил и норм, так и посредством *неформальных* наиболее значимых для субъекта принципов, ценностей и идеалов. Если формальная регуляция нередко воспринимается как ограничивающая свободу субъекта, то неформальная, напротив, сохраняет его целостность и способствует самоактуализации. Еще более интересные феномены возникают в группах и организациях, где одновременно проявляется влияние личностных особенностей доверия/недоверия, организационной атмосферы доверия/недоверия и институциональных норм доверия/недоверия, закрепленных в правилах взаимодействия работников, принципах обмена ресурсами и мерах контроля. Одним из перспективных направлений исследований как раз и является **совместное изучение формальной и неформальной регуляции доверия и недоверия** в различных организациях и социальных группах, слоях и обществе в целом.

При таком многообразии уровней и форм, видов и типов доверия и недоверия, а также аспектов их изучения крайне сложно построить надежную теоретическую модель и выработать достаточно полную систему эмпирических показателей доверия и недоверия как социально-психологических феноменов. В то же время мы считаем, что можно выявить некоторые устойчивые закономерности, наиболее значимые детерминанты и показатели доверия/недоверия индивидуального или группового субъекта. Такими показателями могут быть преобладающие критерии доверия, отношение к соблюдению групповых и общественных норм доверия, значимость доверия как регулятора отношений и др.



Несмотря на то, что проведенное исследование позволило выявить ряд **признаков, дифференцирующих доверие и недоверие как относительно независимые, автономные феномены**, данное научное направление сохраняет свою высокую актуальность. Необходимо продолжить поиск как общих, так и специфических **детерминант, оснований, критериев и компонентов доверия и недоверия**. В настоящее время наиболее изучены такие основания, как приязнь, единство, надежность, предсказуемость, нравственность и т.д. В нашей работе заложены лишь основы анализа влияния на доверие и недоверие антонимичных феноменов – неприязни, чуждости, враждебности, ненадежности, предательства, непредсказуемости, безнравственности и т.д. Этот анализ должен быть продолжен и может оказаться весьма продуктивным, поскольку перечисленные характеристики сознания и поведения личности могут оказывать разное по силе и направленности влияние на доверие и недоверие представителей отдельных личностных типов, а также социальных групп. Не изучены также и формально-динамические характеристики этих феноменов. В частности, **устойчивость и динамика в различных условиях, пороги и критерии возникновения, преодоления, утраты доверия и недоверия** и др.

Малоизученными и пока не подтвержденными эмпирическими исследованиями остаются **механизмы формирования доверия и недоверия** – последовательность и закономерности формирования оценок, представлений и установок в ходе межличностного и межгруппового взаимодействия. Можно предположить, что эти механизмы будут различаться в зависимости от типа взаимодействия, например от его целей или характеристик объекта. Так, механизм формирования доверия незнакомому человеку отличается системой детерминант, основаниями доверия и целями взаимодействия. В частности, основными детерминантами являются интерес субъекта, его общая установка на доверие или недоверие, социальная компетентность и т.д. При этом в первую очередь оцениваются формально-динамические признаки, расположенность другого человека к общению и взаимодействию, а также его привлекательность как объекта познания и потенциального партнера по совместной деятельности. В свою очередь, психологический механизм формирования доверия близкому человеку будет иметь существенные отличия. Например, наиболее важной детерминантой здесь будет субъективная значимость этого человека, его место в социально-психологическом пространстве личности. Эта значимость будет опосредствовать восприятие позитивных и негативных поступков партнера, сохраняя относительно стабильным

уровень доверия. Есть основания предполагать, что целый спектр **психологических механизмов** будет выявлен в ходе анализа таких процессов, как: **построение, оправдание (реализация), развитие, угасание доверия и недоверия**. Можно предположить также, что различными будут и психологические механизмы формирования доверия на уровне личности, малых, средних и больших групп.

Вероятно, еще одним перспективным направлением может стать анализ типичных для различных субъектов **стилей и стратегий построения и развития доверия и недоверия**. На сегодняшний день нет эмпирических исследований, посвященных этой проблеме. Наиболее простым примером может быть стратегия постепенного взаимооценивания в процессе взаимодействия. Но возможны и другие стратегии, выражающиеся в принципе принятия новых членов группы без проверки: «принять в семью (в коллектив, группу и т.д.) как родного». Такой аванс доверия это не только способ познания нового члена группы, но и способ получения от него взаимного априорного доверия и нравственного поведения. С позиции социальных норм такому доверию со стороны малознакомых людей необходимо соответствовать. Обмануть его считается предательством. Это тот случай, когда социальная близость задает уровень доверия, а не доверие определяет степень близости. Перспективным в этой связи является изучение процесса формирования доверия и недоверия как взаимного познания в процессе совместной деятельности, включающего общение в форме диалога. Процессы построения доверительных отношений могут быть проанализированы с позиций психологии социального познания, понимания, дискурса.

При анализе психологических механизмов, а также стилей и стратегий представляет особый интерес исследование **доверия и недоверия как взаимоотношения**. Понимаемое так доверие есть основанный на опыте взаимодействия результат обмена оценками, рефлексии отношений и многократного взаимоотражения представлений сторон друг о друге. Одним из аспектов такого отражения может быть оценка как заслуживающего доверие такого человека, который по представлениям субъекта склонен доверять ему. На сегодняшний день не ясно также, что в большей степени определяет поступки личности – уровень собственного доверия/недоверия другому человеку или же уровень воспринимаемого доверия/недоверия со стороны партнера. Это направление исследований, включающее анализ таких специфических форм как «Я-доверие» и «Мне-доверие», «Я-недоверие» и «Мне-недоверие» и их влияние на отношения между партнерами на сегодняшний день является одним из наиболее перспективных.

В частности, высокий интерес представляет изучение отношения личности к соблюдению нравственных норм при взаимодействии с людьми, доверяющими или не доверяющими субъекту, а также с теми, кто доверяет или не доверяет ему.

Несомненно, должен быть продолжен анализ места доверия и недоверия в системе понятий. Как было отмечено выше, мало разработанной остается проблема **соотношения доверия и недоверия с более общими социально-психологических феноменами**. Актуальным является описание ролей и функций доверия в регуляции таких видов отношения, как отношение к миру, себе, другим людям, социальный капитал, социально-психологическая дистанция (близость и отдаленность) и социально-психологическое пространство, а также самоопределение субъекта.

Необходимо продолжить исследования доверия и недоверия **как регуляторов совместной деятельности и общения**. Для всестороннего анализа необходимо провести большое число конкретных исследований, выполненных на разных объектах, в различных сферах жизнедеятельности, системах отношений и социальных условиях. Представляется весьма перспективным анализ таких явлений, в формировании и регуляции которых доверие и недоверие выполняют ключевую роль, выступая важнейшим фактором, условием существования или показателем достижения их определенного уровня. В первую очередь, к таким феноменам относятся помогающее поведение и взаимопомощь, сотрудничество и соперничество, солидарность и конфликтность, приверженность и лояльность, дружба и любовь, авторитет и репутация, имидж и др.

Большие возможности для исследователей открывает **разработка методических подходов и инструментария для изучения доверия и недоверия**, соответствующих новым направлениям исследования. По сути, каждая перечисленная выше проблема нуждается в разработке соответствующих исследовательских принципов, подходов, приемов и методик. Инструментарий, имеющийся на сегодняшний день, позволяет решать относительно небольшой спектр научных задач. Поэтому постановка новых целей неизбежно предполагает большую методическую работу, что хорошо видно на примере исследований, представленных в данной книге. Актуальным является также адаптация и валидизация методик зарубежных авторов, поскольку российская специфика (особенности менталитета и современных условий жизнедеятельности) делает невозможным автоматический перенос инструментов, в том числе и прошедших психометрическую проверку в других странах.

Дальнейшие исследования перечисленных выше теоретических проблем будут способствовать развитию прикладных работ, в частности, исследований **эффективности различных методов и приемов формирования, поддержания, восстановления доверия/недоверия** в межличностных, межгрупповых и общественных отношениях. В этом направлении большой интерес представляют также **методические разработки**, поскольку доверие выступает ключевым условием и показателем эффективности деятельности разного уровня руководителей, специалистов в области **PR, рекламы и т.д.** Актуальным прикладным направлением исследований в ближайшее время может стать **деятельность людей, осуществляющих менеджмент доверия**. На сегодняшний день наиболее близкими к этому направлению являются работы, посвященные деятельности имиджмейкеров и спиндокторов, однако, на наш взгляд, формирование доверия станет прерогативой более широкого круга специалистов, например, менеджеров и руководителей различных уровней.

В начале монографии отмечалось, что для современного этапа развития психологической науки характерно смещение интереса в сферу, наиболее сложную для изучения, а именно нравственных основ поведения. Ключевыми феноменами в этой области являются доверие и недоверие — категории человеческих отношений, оказывающие существенное влияние на социальное поведение людей. Таким образом, проблема доверия и недоверия была и остается чрезвычайно актуальной для целого ряда отраслей психологической науки.



## БИБЛИОГРАФИЯ

1. Абульханова-Славская К.А. Личностный аспект проблемы общения // Проблема общения в психологии. М., 1989. С. 110–134.
2. Абульханова-Славская К.А., Гордиенко Е.В. Представления личности об отношении к ней значимых других // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 5. С. 38–47.
3. Алабужева С.В. Доверительная атмосфера общения как условие развития творчества детей // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн.1. М.-Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С. 226–229.
4. Агуреева Г.А. Роль доверительных отношений в трудоустройстве при помощи рекрутинговой компании // Вторая Всероссийская Интернет-конференция. Ростовский гос. ун-т / <http://tsu.tmb.ru/psy/tz/046.shtml>
5. Андреева Г.М. Психология социального познания. 2-е изд. М.: Аспект Пресс, 2000. 288с.
6. Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений. М.: Наука, 1994.
7. Андриющенко М.Т. Познавательный статус веры: Дис. ... д-ра филос. наук. Владимир, 1992.
8. Антоненко И.В. Доверие: социально-психологический феномен. Монография. М.: Социум; ГУУ, 2004. 320с.
9. Антоненко И.В. Обзор исследований по проблеме доверия // Социальный психолог. 2003. № 1. С. 26–35.
10. Антоненко И.В. Социальная психология доверия: Дис. ... д-ра психол. наук. Ярославль, 2006.
11. Антоненко И.В. Социально-психологическая концепция доверия. М.: Флинта, Наука, 2006. 480 с.
12. Антоненко И.В. Социально-психологическое исследование феномена доверия в сфере деловых отношений. М: ГОУВПО ГУУ, 2003. 51с.

13. Асмолов А.Г. Аннотация «Практическая психология и проектирование вариативного образования в России: от парадигмы конфликта к парадигме толерантности» // Вопросы психологии. 2003. № 4.
14. Асмолов А.Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров: Психолог. Психопедагог. Психоисторик. М.: Изд-во ин-та практ. психологии; Воронеж: НПО МОДЭК, 1996.
15. Балущкий И.В. Доверие в статусных межличностных отношениях. Скрипкина Т.П. Сравнительный анализ уровня выраженности социального и межличностного доверия молодежи южно-российского региона с другими регионами России // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 93–114.
16. Балущкий И.В. Особенности проявления доверия в статусных межличностных отношениях: Дис. ... канд. психол. н. Ростов н/Д, 2002.
17. Баранов В.В. Некоторые психологические аспекты доверительных отношений, устанавливаемых оперативным работником с гражданами // Совершенствование деятельности органов внутренних дел в условиях правовой реформы. Вып. 2. М., 1992. С. 152–156.
18. Баранов А.А. Уверенность личности в себе и доверие к другому // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн.1. М. –Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С.105–106.
19. Белик А.А. Культура и личность. Политическая антропология. Этнопсихология. Психология религии. Уч. пос. М.: РГГУ, 2001.
20. Белякова О.В., Савицкий В.М. Динамика средств выражения доверия/недоверия в новоанглийской стилизованной разговорной речи // Вестн. молодых ученых. Самара. 2001. № 2. С. 266–270.
21. Бендас Т.В. Гендерная психология. СПб.: Питер, 2005.
22. Бердяев Н.А. Самопознание (опыт философской автобиографии). М., 1990.
23. Берн Ш. Гендерная психология. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002.
24. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание. М., 1986.
25. Бирюков А. П. Формирование доверия населения к власти. М., 2003. 200с.
26. Бирюков А.П. Формирование доверия населения к власти: (Рекомендации по организации работы муниципальной общественности). М.: На каждый день, 2003. 199 с.
27. Богданова Л.С. Доверие как социальный фактор развития партнерских отношений между организациями: Дис. ... канд. соц. наук. М., 2006.
28. Бодалев А.А. Восприятие человека человеком. Л.: Изд-во ЛГУ, 1965. 124 с.
29. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М.: МГУ,

- 1982.
30. Бодюль В.Е. Проблема доверия политическому лидеру // Проблема доверия в международных отношениях: теория и практика. М., 2000. С. 75–79.
  31. Богомаз С.А., Бельц Е.П., Макаренко О.В. Влияние смысложизненных ориентаций человека на его толерантность и доверие к другим людям. Ставрополь: Ставропольский гос. ун-т 2003.
  32. Божович Л.И. Проблемы формирования личности / Под ред. Д.И. Фельдштейна. М.: Изд-во “Институт практической психологии”, 1997. 352 с.
  33. Борисова А.А. Психологическая проницательность. Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 1999. 447 с.
  34. Бормотова В.А. Педагогические условия формирования чувства доверия в семье у детей дошкольного возраста: Дис. ... канд. пед. наук. Ростов н/Д, 2000. 201 с.
  35. Бос Л. Доверие. Дарение. Благодарение. Силы социального созидания. Калуга, 2001. 264 с.
  36. Братусь Б.С. К проблеме нравственного сознания в культуре уходящего века // Вопросы психологии. 1993. № 1. С. 6–13.
  37. Буари Ф.А. Паблик рилейшнз, или стратегия доверия. М.: ИНФРА М, 2001.
  38. Бубер М. Два образа веры. М.: ООО «Фирма «Изд-во АСТ», 1999.
  39. Бушмакина О.Н. Конструкт «доверия» в концепте постсовременного общества // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн. 1. М.–Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С. 9–13.
  40. Вельгер Ф., Каутонен Т., Чепуренко А., Мальева Е. Структуры управления сетевыми сообществами малых предприятий и роль доверия: германо-российское сопоставление // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 2. С. 13–36.
  41. Веселов Ю.В. Проблема доверия // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 5–15.
  42. Веселов Ю.В. Проблема доверия в экономической науке и экономической социологии // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 62–75.
  43. Веселов Ю.В. Социологическая теория доверия // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 16–32.



44. Веселов Ю.В. Трансформация доверия в российском/советском обществе // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 109–134.
45. Вербицкая Т.А. Влияние системы Интернета на психосемантическое пространство пользователя: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2002.
46. Владыкина И.К., Плесовских С.Н. Феномен доверия и политическая реклама // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 2000. № 1. С. 141–165.
47. Вичев В. Мораль и социальная психика. М., 1978.
48. Воловикова М.И. Представления русских о нравственном идеале. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Изд-во «Институт Психологии РАН», 2005. 332 с.
49. Галкин А.А. Дефицит политического доверия и пути его преодоления // Власть. 1998. № 10-11.
50. Галушко В.Г. Проблема соотношения веры и разума: Дис. ... канд. филос. наук. СПб., 1994.
51. Геворгян А.Э. Формирование общественного мнения средствами массовой коммуникации в современной России: социально-философский анализ: Дис. ... канд. философ. наук. Краснодар, 2006.
52. Геррес А. Вера и неверие с точки зрения психоанализа // Человек. 1997. № 1. С. 83–95.
53. Говир Т. Недоверие как практическая проблема // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология. М., 1994. № 3. С. 94–98.
54. Гозман Л.Я. Психология эмоциональных отношений. М., 1987.
55. Голубь О.В. Доверие к себе как внутриличностное образование старших подростков: Дис. ... канд. психол. наук.: Ростов н/Д, 2004. 199 с.
56. Горяинов В.П. Динамика и прогнозирование рейтинга доверия политическим лидерам в России // Полис. М., 1997. № 4. С. 51–11.
57. Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / <http://www.i-u.ru>.
58. Гудмэн Г. Семь секретов прирожденного продавца. М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999.
59. Гульчевская Н.Е. Доверие как условие конструктивного внедрения инноваций в образовательный процесс // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 157–161.
60. Данкин Д. Меры создания доверия: возможности и рамки оптимизации международных отношений // Безопасность Евразии. 2002. № 4. С. 31–60.

61. Данкин Д.М. Методология доверия — основа высоких гуманитарных технологий: (Классификационные характеристики доверия) // НАВИ-ГУТ. 1999. № 1. С. 49–62.
62. Данкин Д.М. Политическое доверие в социологическом измерении // Безопасность. 1999. № 5/6. С. 249–258.
63. Данкин Д.М. Проблема политического доверия в международных отношениях: Дис. ... докт. полит. наук. М., 2000.
64. Данкин Д.М. Trust: Политологический аспект. М.: Интел Тех, 1999. 237 с.
65. Дахин В.Н. Доверие в политике // Проблема доверия в международных отношениях: теория и практика. М., 2000. С. 9–14.
66. Двоглазова М.Ю. Доверие и самоответственность как условия реализации личностной рефлексии субъектом // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн. 1. М.–Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С. 119–121.
67. Дворянов А.А. Доверие в системе социального управления: Дис. ... канд. соц. наук. М., 2006.
68. Дипиаза С.А., Экклз Р.Дж. Будущее корпоративной отчетности: Как вернуть доверие общества. М.: Альпина Паблишер, 2003. 211 с.
69. Дискин И.Е. Экономическая трансформация и социальный капитал // Проблемы прогнозирования. 1997. № 3.
70. Доверие к сайту / <http://design-xp.narod.ru/main/graphics/stat.2htm>
71. Донцов А.И. Психология коллектива (Методологические проблемы исследования). М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984.
72. Достовалов С.И. Доверительные отношения личности как детерминанта восприятия индивидуальности в юношеском возрасте // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 254–266.
73. Достовалов С.Г. Кризис доверия в подростковом возрасте / Психология образования: проблемы и перспективы. Материалы I-ой научно-практической конференции. М., 2004. С. 124–125.
74. Достовалов С.Г. Система доверительных отношений как детерминанта восприятия индивидуальности в юношеском возрасте. Дис. ... канд. психол. н. Ростов н/Д, 2000. 168 с.
75. Дорофеев В.А. Доверие в системе «учитель-ученик» при разных стилях педагогического руководства: Дис. ... канд. психол. наук.: Ростов н/Д, 1999. 148 с.
76. Дорофеев В.А. Доверие в системе «учитель-ученик» // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная моно-

- графия / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 145–161.
77. Дулич В.А. Восстановление доверия инвесторов – важное условие преодоления кризиса // Экономика строительства. М., 1998, № 11/12.
  78. Елизаров А.Н. Телефон доверия: работа психолога-консультанта с родителями в ситуации родительско-юношеских конфликтов // Вопросы психологии. 1995. № 3. С. 38.
  79. Елисеева Т.А. Комплексный социально-психологический анализ коммуникационного воздействия СМИ на целевую аудиторию. На примере рекламного воздействия: Дис. ... канд. психол. наук. М., 1999.
  80. Ермакова Н. Сохранить доверие клиентов // Белорусская думка (Белорусская мысль). Минск. 2003. № 1. С. 69–75.
  81. Жичкина А. Социально-психологические аспекты общения в Интернете / <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refint>
  82. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М.: Изд-во «Институт Психологии РАН», 2003. 436 с.
  83. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Социально-психологическое пространство самоопределяющегося субъекта: понимание, характеристики, виды // Вестник практической психологии образования. 2007. №2. С. 111-118.
  84. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Экономическое самоопределение: Теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. 480 с.
  85. Журавлев А.Л., Сумарокова В.А. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные особенности // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт Психологии РАН», 1998. С. 258–272.
  86. Журавлева Л.А. Половые различия в типах доверия личности к другим людям // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн. 1. М. –Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С. 117–119.
  87. Журавлева Л.А. Связь общительности личности и доверия к людям: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2004.
  88. Завершинский К.Ф. Смысл и истоки «доверия в политике» (генезис российских контекстов) // Вестник Новгородского гос. ун-та им. Ярослава Мудрого. Сер.: Гуманитарные науки. Новгород, 2001. № 18. С. 34–40.
  89. Зыбкин В.Г. Психология проницательности. М.: Изд-во РАГС, 2001. 128 с.
  90. Здравомыслова О. Семья и общество: гендерное измерение российской

- трансформации. М.: Едиториал УРСС, 2003.
91. Зиммель Г. Эссе о Чужаке // Социальное пространство: Междисциплинарные исследования: Реферативный сборник / Отв. ред. Л.В. Гирко. М.: ИНИОН, 2003. С. 181–186.
  92. Зинченко В.П. Психология доверия // Магистр. 1998. №4. С. 17–36.
  93. Зинченко В.П. Психология доверия // Вопр. философии. 1998. № 7. С. 76–93.
  94. Зинченко В.П. Психология доверия. Самара: Самарский гос. пед. ун-т, 1998. 112 с.
  95. Знаков В.В. Психология понимания: Проблемы и перспективы. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. 448 с.
  96. Знаков, В.В. Субъект-объектный и субъект-субъектный типы понимания высказываний в межличностном общении // Психология индивидуального и группового субъекта. М.: ПЕР СЭ, 2002. С. 144–160.
  97. Зобков В.А. Зависимость, ответственность и доверие с позиций психологии отношения человека к деятельности // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн. 1. М. –Ижевск: изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С. 284–286.
  98. Изюмова И.В. Доверие в учреждениях здравоохранения как фактор влияния на эффективность деятельности организаций и удовлетворенность лечения // Главный врач. 2005. № 2. С. 72–77.
  99. Изюмова И.В. Субъективные критерии доверия к медицинскому персоналу // Материалы второй национальной научно-практической конференции «Психология образования: региональный опыт». М., 2005. С. 336–337.
  100. Изюмова И.В., Нестик Т.А. Социально-психологический анализ доверия к медицинским учреждениям // Научный поиск. Сборник научных работ студентов, аспирантов и преподавателей. Выпуск 6. Ярославль, 2005. С. 208–213.
  101. Каган М.С. Мир общения. М., 1988.
  102. Калинин В.К. Природа авторитета личности в социалистическом обществе: Дис. ... канд. филос. наук. Л., 1971.
  103. Калмыкова О.И. Соотношение психологической дистанции и доверия в психологии личности // Современное гуманитарное знание о проблемах социального развития. Ставрополь, 2001. С. 123–128.
  104. Капусткина Е.В. Доверие и предпринимательство // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 89–108.
  105. Капусткина Е.В. Новое доверие в современной России: опыт эмпирического исследования // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004.

- С. 167–188.
106. Кертман Г.Л. «Кризис доверия» в контексте российской политической культуры // Исследования по консерватизму. Вып. 5. Пермь, 1998. С. 92–100.
  107. Кертман Г.Л. Межличностное доверие в России // Социальная реальность. 2006. № 4. С. 7–24.
  108. Клецина И.С. Психология гендерных отношений: теория и практика. СПб.: Алетейя, 2004.
  109. Кокотов А.Н. Доверие. Недоверие. Право. М.: Изд-во «Юрист», 2004. 192с.
  110. Кокуев А.А., Скрипкина Т.П. Доверие в группах несовершеннолетних преступников // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 114–143.
  111. Колчина Л.П. Альтруизм как форма доверительного просоциального поведения // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн.1. М. –Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С. 114–117.
  112. Комина А.В. Авторитет, ответственность, доверие как реалии и императивы власти: Дис. ... канд. филос. наук. Тверь, 2003.
  113. Кон И.С. Дружба: Этико-психологический очерк. М.: Политиздат, 1989.
  114. Кон И.С. Психология юношеского возраста. М.: Просвещение, 1979.
  115. Кондратьев М.Ю. Авторитет педагога как результат его персонализации // Психология развивающейся личности / Под ред. А.В. Петровского. М., 1987.
  116. Кондрашов В.В. Все о гипнозе. Ростов н/Д.: Феникс, 1998.
  117. Копылова Ю.Н. Доверие населения как фактор повышения социального статуса органов государственной власти: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2003.
  118. Корешнекова Л.В., Зельникова В.Ю. Психология доверия рекламе // Тезисы докладов Первой Всероссийской конференции «Психология в рекламе». Москва, 1996.
  119. Корнев С.А. Детерминация доверия процессом социальной идентификации личности: Дис. ... канд. психол. наук. Кострома, 2006.
  120. Кочетков В.В. Психология культурных различий. Учебное пособие для вузов. М.: ПЕР СЭ, 2002.
  121. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3.

122. Красников М.А. Регулятивная функция дезинформации в процессе межличностного общения: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2006.
123. Крищенко Е.П. Доверие к себе как условие становления субъектности на этапе перехода из школы в вуз // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 266–275.
124. Кроник А., Кроник Е. Психология человеческих отношений. Дубна–М.: Феникс, 1998. 214 с.
125. Кросс-культурная оценка доверия в агробизнесе: Третья выездная научно-практическая конференция. (Тунис. 4–6 мая 2003г.) / Под. ред. И.Н. Буробкина. М.: ВНИЭТУСХ, 2003. 81 с.
126. Кузина О.Е. Формирование доверия в массовом инвестиционном поведении // Социологический журнал. 1999. № 1/2. С. 171–181.
127. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение. СПб.: Питер, 2001.
128. Купрейченко А.Б. Индивидуальные особенности межличностного доверия // Психология управления в современной России: материалы научной конференции. Тверь: Изд-во «Альба», 2001. С. 66–68.
129. Купрейченко А.Б. Методика оценки доверия личности другим людям // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Часть 5. Программы и методики психологического исследования личности и группы: Материалы юбилейной научной конференции ИП РАН, 28-29 января 2002г. / Отв. ред. А.Л. Журавлев. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. С. 64–89.
130. Купрейченко А.Б. Межличностное доверие как фактор психологической дистанции // Психология созидания. Ежегодник РПО, Том 7, выпуск 1. Казань, 2000. С. 90–91.
131. Купрейченко А.Б. Отношение личности к соблюдению нравственных норм в зависимости от психологической дистанции (у предпринимателей и менеджеров): Дис. ... канд. психол. наук. М., 2001.
132. Купрейченко А.Б. Психологические типы доверия личности людям – ключ к деперсонификации доверия // Становление рынка в постсоветской России: Институциональный анализ / Под ред. Р.М. Нуреева. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 57–88.
133. Купрейченко А.Б. Психологические феномены доверия и недоверия – общие и дифференцирующие признаки // Мотивация в психологии управления: матер. Всерос. науч.–практ. конф. / Отв. ред. А.В. Капцов. Самара: Самар. Гуманит. Акад., 2006. С.8–16.
134. Купрейченко А.Б. Трехкомпонентная методика измерения межличностного доверия // Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции «Психология бизнеса: управление персоналом в государс-

- твенных организациях и коммерческих структурах» Часть 1. СПб.: ГП «ИМАТОН», 2001. С. 88–89.
135. Купрейченко А.Б. Социально-психологические функции доверия и недоверия в жизнедеятельности человека // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. 2005. Т. 11. № 3. С. 48–55.
  136. Купрейченко А.Б., Байкова Е.Ю. Психологическая эффективность рекламного воздействия // Проблемы экономической психологии. Том 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 368–398.
  137. Купрейченко А.Б., Ключко О.С. Стереотипы о профессиональной деятельности сотрудников ОВД // Научный поиск: Сборник научных работ студентов, аспирантов и преподавателей / Под общ. ред. А.В. Карпова. Ярославль: Яросл. гос. ун-т, 2005. С. 122–126.
  138. Купрейченко А.Б., Табхарова С.П. Доверие и недоверие как факторы отношения личности к соблюдению нравственных норм делового поведения // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: Материалы шестой научно-практической конференции / Под общ. ред. А.Д. Карнышева. Иркутск: Изд-во БГУ ЭП, 2005. С. 22–24.
  139. Купрейченко А.Б., Табхарова С.П. Критерии доверия и недоверия личности другим людям // Психол. журн. 2007. Т. 28. № 2. С.55–67.
  140. Купрейченко А.Б., Табхарова С.П. Особенности отношения к соблюдению нравственных норм делового поведения у менеджеров и наемных работников. // Экономическая психология, туризм, экология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: Материалы восьмой научно-практической конференции / Под общ. ред. А.Д. Карнышева. Иркутск: Изд-во БГУ ЭП, 2007. С. 30–33.
  141. Лебедев А.Н. Динамика отношения российских потребителей к рекламе // Психологический журнал. 1996. Т. 17. № 6. С. 111–118.
  142. Лебедев А.Н. Динамика отношения российских потребителей к рекламе в период интенсивных общественных изменений // Проблемы экономической психологии. Том 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 267–294.
  143. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. СПб.: Питер, 2003.
  144. Лебедев В.И. Психология и психопатология одиночества и групповой изоляции. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
  145. Лебедева Н.М. Социально-психологическая аккультурация этнических групп: Дис. ... докт. псих. наук. М., 1997.
  146. Лебедева Н.М., Татарко А.Н.. Социально-психологические факторы этнической толерантности и стратегии межгруппового взаимодействия в поликультурных регионах России // Психологический журнал. 2003. Т.24. № 5. С. 31–44.

147. Левада Ю.А. Механизмы и функции общественного доверия // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. М., 2001. № 3. С.7–12.
148. Левада Ю.А. Факторы и фантомы общественного доверия // Левада Ю.А. От мнений к пониманию. Социологические очерки 1993-2000. М.: Московская школа политических исследований, 2000. С. 111–124.
149. Леонтьев А.А. Психология общения. М., 1997.
150. Лисина М.И. Возрастные и индивидуальные особенности общения со взрослыми у детей от рождения до 7 лет: Дис. ... докт. психол. наук. М., 1974.
151. Литвинов Д.А. Проблемы формирования доверия населения к российской банковской системе: Дис. ... канд. социол. наук. М., 2000.
152. Лобанов Н.Н. Эффективность социальных программ как фактор доверия населения к органам власти: Дис. ... канд. социол. наук. М., 2005.
153. Ломаковская И.С., Скрипкина Т.П. Кризис доверия как причина дезадаптации старшеклассников-мигрантов и вынужденных переселенцев // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 303–315.
154. Лосенков В.А. О юношеской дружбе // Социальная психология личности. Л., 1974. С. 114–124.
155. Лукин В.Н. Политическое доверие в современном гражданском обществе: культурологические и институциональные модели. CREDO NEW теоретический журнал, №3, 2005 / [www.orenburg.ru/culture/credo/03\\_2005/12.html](http://www.orenburg.ru/culture/credo/03_2005/12.html).
156. Ловелл Д.У. Доверие и политика в посткоммунистическом обществе // Pro et contra. 2002. Т. 7. № 3. С. 147–162.
157. Ляско А.К. Межфирменное доверие и шумпетерианские инновации // Вопросы экономики. 2003. №11. С. 27–40.
158. Ляско А.К. Проблема доверия в социально-экономической теории. М.: Изд-во ИЭ РАН, 2004. 183 с.
159. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 2005.
160. Майестер Д. Советник, которому доверяют (пер. с англ.). М.: Альпина Бизнес Букс. 2004. 259 с.
161. Максимычев И. Как вернуть доверие в мировую политику? // Пути к безопасности. 2000. Вып. 1/2. С. 39–44.
162. Маркова О.Д. Психологический анализ «образа окружающих» у будущих учителей с разным уровнем доверия к людям // Прикладная психология. 2001. № 5. С. 52–59.
163. Маркова О.В. Уровень доверия как профессионально значимая характеристика личности будущих учителей: Дис. ... канд. психол. наук. Самара, 2002.



164. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2000.
165. Мацумото Д. Психология и культура. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002.
166. Менгетти А. Женщина третьего тысячелетия. 2-е изд. М.: ННБФ «Онтопсихология», 2003.
167. Мильнер Б.З. Фактор доверия при проведении экономических реформ // Вопросы экономики. 1998. № 4. С. 27–38.
168. Мильнер Б.З. Теория организации. М.: ИНФРА-М, 2003.
169. Минина В.Н. Недоверие к государственным институтам в российском обществе // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 150–167.
170. Мирошниченко В.А. Доверие народа к власти определяющий фактор социальных преобразований в обществе // Новые идеи в философии. Вып. 8. Пермь. 1999. С. 125–129.
171. Михайлов К.В. Злоупотребление доверием как признак преступлений против собственности: Уголовно-правовые и криминологические аспекты: Дис. ... канд. юрид. наук. Челябинск, 2000.
172. Мозговая Т.М. Социально-политическое доверие как объект социологического анализа: Дис. ... канд. социол. наук: М., 1999.
173. Моргунов Е.Б. Влияние, власть, доверие. М., 2004.
174. Московичи С., Бушини Ф. Являются ли предвзятые сообщения более эффективными, чем сообщения непредвзятые? // Психологический журнал. 2000. Т. 21. № 3. С. 20–33.
175. Мотивационно-ценностная концепция личностного роста, коммуникативных навыков и установка доверительных отношений с потребителями: Методич. пособие для работников сферы торговли / Сост. Т.Х. Гизатуллин, А.В. Докучаев. Уфа: Деловая литература, 2001. 51 с.
176. Мухина В.С. Детская психология. СПб., М., 1992.
177. Мясищев В.Н. Психология отношений. Воронеж, 1996.
178. Нейманис Э. Доверительность общения как психологический фактор инноваций // Социологические и социально-психологические проблемы нововведений. Рига, 1989. С. 53–62.
179. Нестик Т.А. Доверие в команде: преимущества, риски, методы развития // Справочник по управлению персоналом. 2005. № 6.
180. Нестик Т.А. Роль доверия и репутации в управлении сетевыми организациями // Методические и аналитические материалы комитета ТПП РФ по деловой этике. М.: ТПП РФ, 2006.
181. Обозов Н.Н. Межличностные отношения. Л.: ЛГУ, 1979. 151 с.

182. Обухова Л.Ф. Детская психология: теории, факты, проблемы. М., 1995.
183. Общественное животное. Исследования / Под ред. Э. Аронсона. Том 1, 2. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003.
184. Ольшанский Д.В. «Кредит доверия» как политическая, идеологическая и психологическая проблема // Этика успеха. Тюмень-М., 1996. Вып. 7. С. 133–142.
185. Переверзева И.А. Проблема доверия в сфере бизнеса // Иностранная психология. 2000. № 12. С. 84–93.
186. Перкинс Р.Б. Принцип корпоративного управления: ключ к доверию инвесторов // Московский журнал международного права. 1998. № 11/12. С. 47–52.
187. Петровский А.В. Личность. Деятельность. Коллектив. М., 1982.
188. Платонов К.К. Личность как субъект социальной психологии // Методологические проблемы социальной психологии / Под ред. Е.В. Шороховой. М: Наука, 1975. С. 72–88.
189. Позняков В.П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.: ИП РАН, 2001. 240 с.
190. Позняков В.П. Региональные и гендерные особенности доверия российских предпринимателей к различным видам организаций // Экономическая психология в России и Беларуси: Сб. науч. работ / Под ред. А.Л. Журавлева и В.А. Поликарпова. Минск: Экономпресс, 2007. С. 274–298.
191. Полина А.В., Скрипкина Т.П. Особенности психического развития дошкольников с депривацией доверия // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 183–203.
192. Полякова Н.Б. Доверие как возможность возникновения «общества» // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн. 1. М. –Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С. 15–18.
193. Попов Л.М., Кашин А.П., Старшинова Т.А. Добро и зло в психологии человека. Казань: Изд-во Казанского ун-та. 2000. 176 с.
194. Поршнев Б.Ф. Элементы социальной психологии // Проблемы общественной психологии. М., 1965.
195. Поршнев Б.Ф. Контрсуггестия и история: элементарное социально-психологическое явление и его трансформация в развитии человечества // История психологии. М. 1971. С. 7–35.
196. Поршнев Б.Ф. Контрсуггестия и история (Элементарное социально-психологическое явление и его трансформации в развитии человечества) // История и психология. М.: Мысль, 1972.
197. Поршнев Б.Ф. Понятие «пара» и «чужие» в социальной психологии // Тезисы 2-го Международного коллоквиума по социальной психологии.

- Тбилиси, 1970. С. 15–18.
198. Праворотова Т.А., Говир Т. Недоверие как практическая проблема // Социология. 1994. № 3. С. 94–98.
  199. Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учебное пособие / Под ред. Д.Я. Райгородского. Самара: ИД “Бахрах”, 1998. 672 с.
  200. Проблема доверия в международных отношениях: теория и практика. М., 2000.
  201. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация. М.: Когито-Центр, 2002.
  202. Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 5–16.
  203. Раковская Г.Н. Социально-педагогические условия развития доверительного взаимодействия субъектов консультирования: Дис. ... канд. пед. наук. Оренбург, 2000.
  204. Рожено А.В., Скрипкина Т.П. Особенности эмоциональной, социальной и личностной адаптации к школе детей с депривацией доверительных отношений и детей с деформацией доверительных отношений // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 203–215.
  205. Роуз Р. Достижение целей в квазисовременном обществе: социальные сети в России // Общественные науки и современность. 2002. №3.
  206. Ромек В.Г. Уверенность в себе как социально-психологическая характеристика личности: Дис. ... канд. психол. наук. Ростов н/Д, 1997.
  207. Россия: укрепление доверия. Развитие финансового сектора в России. М.: Весь мир, 2002.
  208. Рузанов А.Б. Власть и авторитет // Изв. АН КазССР. Сер. обществ. наук. Алма-Ата. 1990. № 3. С. 13–21.
  209. Руткевич М. Власть: кризис доверия // Власть. 1999. № 4. С. 62–73.
  210. Рутковский Б.А. Понятие доверия в марксистской этике. Дис. ... канд. филос. наук. К., 1967.
  211. Сагитова Д.Р. Доверие как условие способствующее успешному взаимодействию врача-стоматолога и пациента // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн. 1. М. –Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С. 330–332.
  212. Сарджвеладзе Н.И. Личность и ее взаимодействие с социальной средой. Тбилиси: «Мецниереба», 1989.
  213. Сафонов В.С. О психологии доверительного общения // Проблема общения в психологии / Отв. ред. Б.Ф. Ломов. М., 1981. С. 264–272.

214. Сафонов В.С. Особенности доверительного общения: Дис. ... канд. психол. наук. 1978.
215. Селигмен А. Проблема доверия. М.: Идея-Пресс, 2002. 256 с.
216. Семенов В.Е. Искусство как межличностная коммуникация. СПб., 1995.
217. Сидоренков А.В. Закономерности доверия детей дошкольного возраста // Психологич. вестник. Вып. 3. Ростов н/Д, 1998. С. 219–225.
218. Сидоренков А.В. Психологические особенности доверия дошкольников. Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 2001. 134 с.
219. Сидоренков А.В., Вишневкина М.Ю. Доверие дошкольников к незнакомым взрослым // Вопросы психологии. 2001. № 2. С. 37–47.
220. Симоненко СИ. Поведение человека в процессе отборочного интервью как фактор, вызывающий доверие // Вопросы психологии. 1999. № 6. С. 77–89.
221. Синютин М.В. Доверие и капиталистическая глобализация: российские Метаморфозы // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 135–149.
222. Скворцов А.В. Метод беседы на телефоне доверия в профессиональных представлениях консультантов: Дис. ... канд. психол. наук. М., 1996.
223. Скрипкина Т.П. Взаимодоверие как основание межличностных взаимодействий // Вопросы психологии. 1999. № 5. С. 21–30.
224. Скрипкина Т.П. Доверие как социально-психологическое явление: Дис. докт. психол. наук. Ростов н/Д, 1998.
225. Скрипкина Т.П. Изучение проблемы доверия в американской социальной психологии // Психологическое обозрение. 1998. № 2. С. 62–71.
226. Скрипкина Т.П. Доверие к себе как условие развития личности // Вопросы психологии. 2002. № 1. С. 95–103.
227. Скрипкина Т.П. Категория доверия в социальных науках. Основные положения концепции социального капитала // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 51–54.
228. Скрипкина Т.П. Психология доверия (теоретико-эмпирический анализ). Ростов н/Д, 1997.
229. Скрипкина Т.П. Психология доверия: Учебное пособие. М.: Изд. центр «Академия», 2000. 264 с.
230. Скрипкина Т.П. Психологические особенности доверия к людям в юношеском возрасте: Дисс. ... канд. психол. наук. М., 1984.
231. Скрипкина Т.П. Психологические особенности проявления доверия на основе интеграции внутренних ценностей на этапе ранней юности // Проблемы формирования ценностных ориентации и социальной

- активности личности / Под ред. Г.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой. М., 1984. С. 115–126.
232. Скрипкина Т.П. Социальное и межличностное доверие в молодежной среде российского общества и южно-российского региона // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 70–71.
233. Скрипкина Т.П. Философско-психологическая концепция доверия как социально-психологического явления // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 15–40.
234. Содержание и организация деятельности центров экстренной психологической помощи “Телефон доверия”. Науч.-метод. пособие / Сост. А.В. Скворцов. М.: Гос. науч.-исслед. ин-т семьи и воспитания, 1999.
235. Солдатова Г.У. Изучение социального и межличностного доверия в различных регионах страны // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 54–70.
236. Степкин, Ю.П. Исследование авторитета личности как социально-психологического явления: Дис. ... канд. психол. наук. Л., 1976.
237. Стрельникова Л.В. Социальный капитал: типология зарубежных подходов // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 33–41.
238. Стоянов К. Доверие и отчуждение: аспекты социологической концепции Г. Зиммеля // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 32–49.
239. Сушков И.Р. Психология взаимоотношений. М.: Академический Проект, ИП РАН; Екатеринбург: Деловая книга, 1999. 448 с.
240. Табхарова С.П. Критерии доверия и недоверия в деловой сфере // Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы: Материалы седьмой научно-практической конференции / Под общ. ред. А.Д. Карнышева. Иркутск: Изд-во БГУ ЭП, 2006.
241. Табхарова С.П. Критерии доверия и недоверия личности в деловых и дружеских отношениях // Материалы IV Всероссийского съезда Российского психологического общества. Т. 3. 2007. С. 244.
242. Темницкий А.Л. Проблема доверия в отношениях руководства – подчинения как предмет социологического анализа и элемент концепции согласия в российском обществе // Социология и современная Россия. М.: ГУВШЭ, 2003. С. 167–187.
243. Тигунцева Г.Н. Формирование отношений доверия между трудновоспитуемыми подростками и их сверстниками в классном коллективе: Дис. ... канд. пед. наук. М., 1987.

244. Тишкова Н.Ю. Доверие как формообразующий принцип власти в работах М. Вебера // Историческая наука на пороге третьего тысячелетия. Тюмень, 2000. С. 177–178.
245. Тишкова Н.Ю. Доверие как феномен жизненного мира: Дис. ... канд. филос. наук. Владивосток. 2002.
246. Теоретическая социология: Антология: в 2 ч. / Пер. с англ., фр., нем., ит. Сост. и общ. ред. С.П. Баньковской. М.: Книжный дом «Университет», 2002.
247. Узнадзе, Д.Н. Формы поведения человека // Психологические исследования. М., 1966.
248. Устинова Н.Г. Доверительное общение – основа психотерапии: Дис. канд. психол. наук. М., 1997.
249. Файзуллина Г.Я. Национальное воспитание как условие формирования межличностного доверия в дошкольном образовании // Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн. 1. М.–Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С. 191–192.
250. Файн С.Ф., Глассер П.Г. Первичная консультация. Установление контакта и завоевание доверия. М.: Когито-центр, 2003, 263 с.
251. Факторы доверия в рекламе: «круглый стол» рекламодателей и рекламистов // Максималист. 2005 / <http://www.maximalist.ru/?t=15&ch=12>.
252. Фатхи О.Г. Доверие как фактор повышения адаптационных возможностей в экстремальных ситуациях: Дисс. ... канд. психол. наук. Ростов н/Д., 2003.
253. Фомичев А.О. Конструктивное совещание: (техника коллегиальной работы, способы решения конфликтов, управленческий консалтинг, через доверие к сотрудничеству). СПб.: Питер, 2005. 158 с.
254. Фопель К. Создание команды. Психологические игры и упражнения. М.: Генезис, 2002.
255. Фопель К. Сплоченность и толерантность в группе. Психологические игры и упражнения. Пер. с нем. М.: Генезис, 2005. 336 с.
256. Франкл С.Л. Духовные основы общества М., 1992.
257. Фрейд З. Психоанализ. Религия. Культура. М.: РЕНЕССАНС, 1992.
258. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: АСТ, Ермак 2004, 730 с.
259. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / <http://yurpsy.by.ru/biblio/kommunik/04.htm>
260. Хачатурян С.Д. Психологические условия эффективности функционирования «телефонов доверия» при органах внутренних дел: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2001.
261. Хельман К.–У. Доверие к рынкам // Экономика и социология доверия

- / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 75–88.
262. Холмогорова Е.А. Доверие и деятельность психолога-консультанта// Зависимость, ответственность, доверие: в поисках субъектности. Материалы Международной научно-практической конференции. Кн. 1. М.–Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2004. С. 122–124.
263. Хэнди Ч. По ту сторону уверенности. СПб.: Питер, 2002.
264. Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, чтобы понять других! СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002.
265. Чернова А.А. Особенности взросления при разных моделях доверительных отношений у подростков // Доверие в социально-психологическом взаимодействии: Коллективная монография / Под ред. Т.П. Скрипкиной. Ростов н/Д: Изд-во РГПУ, 2006. С. 239–254.
266. Чудновский В.Э. Нравственная устойчивость личности: психологическое исследование. М., 1981.
267. Шепельский А.В. Международно-правовое регулирование мер доверия в военной области: Дисс. ... канд. юрид. наук. М., 1996.
268. Шихирев П.Н. Введение в российскую деловую культуру. М., 2000. 200 с.
269. Шихирев П.Н. Взаимное доверие как основа деловой этики // Доверие — ключ к успеху экономических реформ (материалы «Круглого стола»). М.: Институт экономики РАН, 1998. 208с.
270. Шихирев П.Н. Природа социального капитала: социально-психологический подход // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 17–32.
271. Шо Р.Б. Ключи к доверию в организации: Результативность, порядочность, проявление заботы. М.: Дело, 2000. 272с.
272. Шоре Э., Хайдер К. Пол, гендер, культура. Немецкие и русские исследования Вып. 3. М.: РГГУ, 2003.
273. Шрадер Х. Доверие, сети и социальный капитал // Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. С. 49–61.
274. Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект Пресс, 1996.
275. Щербак И.Н. Концепция «Мер доверия в военной области» во внешней политике США (начало 70-х – середина 80-х): Дисс. ... канд. ист. наук. М., 1986.
276. Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. 192 с.
277. Эмерсон Р.У. Доверие к себе // Г.Д. Торо. Жизнь без принципа; Р.У. Эмерсон. Доверие к себе; Л.Н. Толстой. Исповедь. СПб.: Вахта мира, 1992.

278. Эмоциональные и познавательные характеристики общения / Под ред. В.А. Лабунской. Ростов н/Д., 1990.
279. Эриксон Э. Детство и общество. М.: Изд. группа «Прогресс», 1996.
280. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Изд. группа «Прогресс», 1996.
281. Ямко Н.Н. Политическая жизнь: Проблема отчуждения и доверия. Харьков: Харьк. ин-т механизации и электрификации сел. хоз-ва, 1992. 227 с.
282. Abramson P.R., Finifter A.W. On the Meaning of Political Trust: New Evidence from Items Introduced in 1978 // *American Journal of Political Science*. 1981. Vol. 25. P. 297–307.
283. Albanese, R., van Fleet D. Rational Behavior In-Groups: The Free-Tendency // *Academy of Management review*, 1985. Is. 10. P. 107–114.
284. Anderhub V., Engelmann D., Güth W. An experimental study of the repeated trust game with incomplete information // *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2002. Vol. 48. P. 197–216.
285. Anderson L., Dedrick R. Development of the trust in physician scale: a measure to assess interpersonal trust in patient physician relationships // *Psychology Reports*. 1990. Vol. 67. P. 1091–1100.
286. Andrews J. Abuse of trust // *Nursing Times*. 1992. Vol. 88. P. 24.
287. Arrow K. *The limits of organization*. New York: Norton, 1974.
288. Ashford S., Tsui A. Self-regulation for managerial effectiveness: The role of active feedback seeking // *Academy of Management Journal*. 1991. Vol. 34. P. 251–280.
289. Axelrod R. *The evolution of cooperation*. New York: Basic Books, 1984.
290. Baier A. Trust and antitrust // *Ethics*. 1985. Vol. 96. P. 231–260.
291. Bacharach M., Guerra G., Zizzo D.J. The Self-Fulfilling Property of Trust: An Experimental Study // *Manuscript University of Oxford*. 2003. July.
292. Baker J. Trust and rationality // *Pacific philosophical quarterly*. 1987. Vol. 68.
293. Barber B. *The Logic and Limits of Trust*. New Brunswick, NJ: Rutgers Univ. Press, 1983. 310 p.
294. Barefoot J.C., Maynard K.E., Beckham J.C., Brummett B.H., Hooker K., Siegler I.C. Trust, health, and longevity // *Journal of Behavioral Medicine*. 1998. Vol. 21. P. 517–526.
295. Beard M. Trust, life events, and risk factors among adults // *Advances in Nursing Science*. 1982. Vol. 4. P. 26–43.
296. Berg J., Dickhaut J., McCabe K. Trust, reciprocity, and social history // *Games and Economic Behavior*. 1995. Vol. 10. P. 122–142.
297. Bies R.J., Tripp T. Beyond trust: “Getting even” and the need for revenge //



- Trust in Organizations: Frontiers of theory and research / eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 246–260.
298. Bies R.J., Tripp T., Kramer R. At the breaking point: Cognitive & social dynamics of revenge in organizations // *Antisocial behavior in organizations* / Eds. J. Greenberg, R. Giacalone. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997. P. 18–36.
299. Blau P.M. *Exchange and power in social life*. New York: Wiley. 1964.
300. Bolle F. Rewarding trust: an experimental study // *Theory and Decision*. 1998. Vol. 45(1). P. 83–98.
301. Bolle F., Kaehler J. Meta-Studies May be Misleading — the Case of Coleman’s Hypothesis on Trusting Behavior // *Absurdity in the Economy*. 30th Annual Congress IAREP, 2005.
302. Bonacich P., Schneider S. Communication networks and collective action // *A Social Psychological Approach to Social Dilemmas* / Eds. W.G. Liebrand, D.M. Messick, H.A.M. Wilke. Oxford, Engl.: Pergammon. 1992. P. 128–141.
303. Boon S.D., Holmes J.G. The dynamics of interpersonal trust: Resolving uncertainty in the face of risk / *Cooperation and Pro-social Behavior* // Eds. R.A. Hinde, J. Groebel. NY: Cambridge Univ. Press, 1991. P. 167–182.
304. Boyle R., Bonacich P. The development of trust and mistrust in mixed-motives games // *Sociometry*. 1970. Vol. 33. P. 123–139.
305. Brann P., Foddy M. Trust and the consumption of a deteriorating resource // *Journal of conflict resolution*. 1988. Vol. 31. P. 615–630.
306. Brewer MB. Ethnocentrism and its role in interpersonal trust // *Scientific Inquiry and the Social Sciences* / Eds. M.B. Brewer, B.E. Collins, NY: Jossey-Bass, 1981. P. 345–359.
307. Brewer M.B. In-group favoritism: the subtle side of inter-group discrimination // *Codes of Conduct: Behavioral Research and Business Ethics* / Eds. D.M. Messick, A. Tenbrunsel. NY: Russell Sage Found, 1996. P. 160–171.
308. Brockner J., Seigel P.A. Understanding the interaction between procedural and distributive justice: the role of trust // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 390–413.
309. Brockner J., Siegel P.A., Daly J.P., Tyler T. When trust matters: the moderating effects of outcome favorability // *Administrative Science Quarterly*. 1997. Vol. 43. P. 558–583.
310. Bromiley P., Cummings L.L. Transaction costs in organizations with trust // *Research on Negotiation in Organizations* / Eds. R. Bies, R. Lewicki, B. Sheppard. Greenwich, CT: JAI, 1996. Vol. 5. P. 219–247.
311. Brown P.G. *Restoring the Public Trust*. Boston: Beacon. 1994. 176 p.
312. Buchan N., Johnson E., Croson R. Trust and reciprocity: An international

- experiment: Evidence from a trust game. Working paper. 2000.
313. Burks St.V., Carpenter J.P., Verhoogen E. Playing both roles in the trust game // *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2003. Vol. 51. P. 195–216.
  314. Burt R., Knez M. Kinds of third-party effects on trust // *Journal Ration. Soc.* 1995. Vol. 7. P. 255–292.
  315. Burt R., Knez M. Third-party gossip and trust // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 68–69.
  316. Butler J. Toward understanding and measuring conditions of trust: evolution of a condition of trust inventory // *Journal of Management*. 1991. Vol. 17. P. 643–663.
  317. Cappella JN, Jamieson KH. *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. NY: Oxford Univ. Press, 1997. 325 p.
  318. Carnevale D.G. *Trustworthy Government: Leadership and Management Strategies for Building Trust and High Performance*. San Francisco: Jossey-Bass, 1995. 233 p.
  319. Caudill E.M., Murphy P.E. Consumer online privacy: Legal and ethical issues // *Journal of Public Policy and Marketing*. 2000. Vol.19 (1). P. 53–68.
  320. Chiles T.H., McMackin J.F. Integrating variable risk preferences, trust, and transaction cost economics // *Academy of Management Review*. 1996. Vol. 21. P. 73–99.
  321. Cialdini R. The triple tumor structure of organizational behavior // *Codes of Conduct* / Eds. D.M. Messick, A.E. Tenbrunsel. NY: Russell Sage Found, 1996. P. 44–58.
  322. Clark M.C., Payne R.L. The nature and structure of workers' trust in management // *Journal of Organizational Behavior*. 1997. Vol. 18. P. 205–224.
  323. Cofta P. *Trust, Complexity and Control: Confidence in a Convergent World*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2007.
  324. Coleman J. *Foundations of Social Theory*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press. 1990. 993 p.
  325. Constantinople A. An Eriksonian measure of personality development in college students // *Developmental Psychology*. 1969. Vol. 1. P. 357–372.
  326. Covey S.R., Merrill R.R., *The SPEED of Trust: The One Thing that Changes Everything*. Free Press, 2006.
  327. Cox J.C. *On the Economics of Reciprocity*. Discussion Paper. University of Arizona. 2001.
  328. Cox, J. Trust, reciprocity, and other-regarding preferences of individuals and groups. Working paper. University of Arizona. 1999.
  329. Cox T.Jr., Tung R.L. The multicultural organization Revisited // *Creating*

- tomorrow's organizations: A handbook for future research in organizational behavior / Eds. C.L. Cooper, S.E. Jackson. London: Wiley. 1997. P. 7–28.
330. Creed W.D., Miles R.E. Trust in organizations: a conceptual framework linking organizational forms, managerial philosophies, and the opportunity costs of controls // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 16–38.
331. Croson R., Buchan N. Gender and culture: International experimental evidence from a trust game // *American Economic Review*. 1999. Vol. 89. P. 386–391.
332. Culnan M.J., Armstrong P.K. Information privacy concerns, procedural fairness and impersonal trust: An empirical investigation // *Organization Science*. 1999. Vol. 10 (1). P. 104–115.
333. Dasgupta P. Trust as a commodity // *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations* / Ed. D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988.
334. D'Aveni R.A. *Hypercompetition: Managing the dynamics of strategic maneuvering*. NY: Free Press, 1994.
335. Dawes R.M. *House of Cards: Psychology and Psychotherapy Built on Myth*. NY: Free Press, 1994.
336. Dawes R.M., Thaler R.H. Cooperation // *Journal of Economic Perspectives*. 1988. Vol. 2. P. 187–197.
337. Deutsch M. Trust and suspicion // *Journal of Conflict Resolution*. 1958. Vol. 2. P. 265–279.
338. Deutsch M. Trust, trustworthiness, and the F scale // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1960. Vol. 61. P. 138–140.
339. Deutsch M. The effect of motivational orientation upon trust and suspicion // *Human Relations*. 1960. Vol. 13. P. 123–139.
340. Deutsch M. Cooperation and trust: Some theoretical notes // *Nebraska Symposium on Motivation*. Lincoln: Nebraska University Press, 1962. P. 275–320.
341. Deutsch M. Field theory // *Handbook of social psychology* / Eds. G. Lindsay, E. Aronson. Reading, MA: Addison-Wesley, 1968. Vol. 1. P. 412–487.
342. Deutsch M. *The resolution of conflict*. New Haven, CT: Yale University Press, 1973.
343. *Distrust* (Russell Sage Foundation Series on Trust, Vol. 8) / Ed. R. Hardin. 2004.
344. Dumont L. The concept of trust in the Politics of John Locke. // *Philosophy in history* / Eds. R. Rorty et al. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.
345. Durkheim E. Individualism and the Intellectuals // *Emile Durkheim on Morality and Society* / Ed. R. Bellah. Chicago: University of Chicago Press,

- 1973.
346. Egelhoff T. Six Ways To Build Customer Trust And Confidence, 2004 / <http://www.smalltownmarketing.com/customertrust.html>.
  347. Eisenhardt K.M., Tabrizi B.N. Accelerating adaptive processes: Product innovation in the global computer industry // *Administrative Science Quarterly*, 1995. Vol. 40. P. 84–110.
  348. Eisenstadt S.N. Power, trust, and meaning. Chicago: University of Chicago Press, 1995.
  349. Enzle M.E., Anderson S.C. Surveillant intentions and intrinsic motivation // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1993. Vol. 64. P. 257–266.
  350. Erikson E.H. *Childhood and society* (2nd ed.). NY: Norton, 1963.
  351. Erikson E.H. *Insight and responsibility*. NY: Norton, 1964.
  352. Erikson E.H. *Youth: Change and challenge*. NY: Norton, 1963.
  353. Fehr E., Gächter S. Fairness and retaliation: The economics of fairness // *Journal of Economic Perspectives*. 2000. Vol. 14. P. 159–181.
  354. Fehr E., Gächter S., Kirchsteiger G. Reciprocity as a contract enforcement device: experimental evidence // *Econometrica*. 1997. Vol. 65. P. 833–860.
  355. Fehr E., Schmidt K. A Theory of Fairness, Competition and Cooperation // *Quarterly Journal of Economics*. 1999. Vol. 114. P. 817–868.
  356. Fehr E., Rockenbach B. Detrimental effects of sanctions on human altruism // *Nature*. 2003. Vol. 422. P. 137–140.
  357. Fey W.F. Acceptance by others and its relation to acceptance of self and others: A reevaluation // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1955. Vol. 50. P. 274–276.
  358. Fine G., Holyfield L. Secrecy, trust and dangerous leisure: generating group cohesion in voluntary organizations // *Social Psychology Quarterly*. 1996. Vol. 59. P. 22–38.
  359. Fenigstein A., Vanable P.A. Paranoia and self-consciousness // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1992. Vol. 62. P. 129–138.
  360. Fox A. *Beyond Contract: Power and Trust Relations*. London: Faber & Faber, 1974. 371 p.
  361. Foxman E.R., Kilcoyne P. Information technology, marketing practice, and consumer privacy: Ethical issues // *Journal of Public Policy and Marketing*. 1993. Vol. 12 (1). P. 106–119.
  362. Frye T. Slapping the grabbing hand: credible commitment and property rights in Russia // Препринт. Гос. ун-т Высш. шк. Экономики. WP1/2003/02. 2003.
  363. Fukuyama F. *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. NY: Free Press, 1995. 457 p.
  364. Gabarro J.J. The development of trust and expectations // *Interpersonal*

- Behavior: Communication and Understanding in Relationships / Eds. A.G. Athos, J.J. Gabarro. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1978. P. 290–303.
365. Gabarro J.J. The development of working relationships // Intellectual teamwork: Social and technological foundations of cooperative work / Eds. J. Gallagher, R.E. Kraut, C. Egidio. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1990. P. 79–110.
366. Gambetta D. Can we trust trust? // Trust: Making and Breaking Cooperative Relations / Ed. D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988. P. 213–237.
367. Gambetta D. Mafia: the price of distrust // Trust: Making and Breaking Cooperative Relations / Ed. D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988. P. 158–175.
368. Garfinkel H.H. A conception of, and experiments with 'trust' as a condition of stable concerted actions // Motivation and social interaction: Cognitive determinants / Ed. O.J. Harvey. NY: Ronald Press, 1973.
369. Gellner E. Trust, cohesion, and the social order // Trust: Making and Breaking Cooperative Relations / Ed. D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988.
370. Gibson D. What makes clients trust nurses? // SCI Nursing. 1990. Vol. 7 P. 81–85.
371. Giffn K. The contribution of studies of course credibility to a theory of interpersonal trust in the communication process // Psychological Bulletin. 1967. Vol. 68. P. 104–120.
372. Giordano B. To be effective health care providers and patient advocates, we must keep the public's trust // AORN Journal. 1997. Vol. 65. P. 14.
373. Glaeser E., Laibson D., Scheinkman J., Soutter C. Measuring trust // Quarterly Journal of Economics. 2000. P. 811–846.
374. Good D. Individuals, interpersonal relations, and trust. // Trust: Making and Breaking Cooperative Relations / Ed. D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988. P. 31–48.
375. Goodwin C. Privacy: Recognition of a consumer right // Journal of Public Policy and Marketing. 1991. Vol. 10 (1). P. 149–166.
376. Goold S.D. Money and trust: relationships between patients, physicians, and health plans // Journal of Health Politics, Policy and Law. 1998. Vol. 23 P. 687–695.
377. Gouldner A.W. The norm of reciprocity: A preliminary statement // American Sociological Review. 1960. Vol. 25. P. 161–178.
378. Govier T. An epistemology of trust // International journal of moral and social studies. 1993. Vol. 8. Is. 2. P. 155–174.
379. Govier T. Is it a jungle out there? Trust, distrust, and the construction of social reality // Dialogue. 1994. Vol. 33. P. 237–252.

380. Granovetter M.S. The strength of weak ties // *American Journal of Sociology*. 1973. Vol. 78. P. 1360–1380.
381. Gratton M. C A theoretical empirical study of the lived experience of interpersonal trust // *Dissertation Abstracts International*. 1975. Vol. 36 (4-5). P. 1918.
382. Gray B.H. Trust and trustworthy care in the managed care era // *Health Affairs*. 1997. Vol. 16. P. 34–49.
383. Granovetter M.S. Economic action and social structure: The problem of embeddedness // *American Journal of Sociology*. 1985. Vol.91. P.481.
384. Grohol J. Too much time online: Internet addiction or healthy social interactions? // *CyberPsychology & Behavior*. 1999. Is. 2. P. 395–401.
385. Grovier T. An epistemology of trust // *International journal of moral and social studies*. 1994. Vol. 8. P. 155–174.
386. Gurtman M.B. Trust, distrust, and interpersonal problems: a circumplex analysis // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1992. Vol. 62. P. 989–1002.
387. Gutiérrez S.S., Cillán J.G., Izquierdo C.C. The consumer's relational commitment: main dimensions and antecedents // *Journal of Retailing & Consumer Services*. Nov. 2004. Vol. 11. Is. 6. P. 351–368.
388. Güth W., Oskenfels P., Wendel M. Cooperation based on trust: an experimental investigation // *Journal of Economic Psychology*. 1997. V. 18. № 1. P. 15–43.
389. Güth W., Kliemt H., Bezael P. Co-evolution of preferences and information in simple games of trust. Discussion Paper 123. Economic Series. Humboldt-Universität zu Berlin, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, 1998.
390. Hamel G., Prahalad C.K. *Competing for the future*. Boston: Harvard Business School Press, 1994.
391. Hamsher J.H., Geller J.D., Rotter J.B. Interpersonal trust, internal-external control and the Warren Commission Report // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1968. Vol. 9. P. 210–215.
392. Hardin R. *Trusting persons, trusting institutions* // *Strategy and Choice* / Ed. R.J. Zeckahuser. Cambridge, MA: MIT, 1991.
393. Hardin R. The street-level epistemology of trust // *Anal. Krit.* 1992. Vol. 14. P. 152–176.
394. Hardin R. *Trust*. NY: Russell Sage. 1998.
395. Harris G.G. *Trust and betrayal in the workplace: The subordinates' point of view*. Unpublished doctoral dissertation. University of Utah, Salt Lake City, 1994.
396. Hart C.W., Johnson M.D. A Framework for Developing Trust Relationships. // *Marketing Management*. Spring. 1999. Vol. 8. Is. 1. P. 20–22.

397. Hart K. Kinship, contract, and trust: The economic organization of migrants in an African city slum // *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations* / Ed. D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988.
398. Hetherington M. The Political Relevance of Political Trust // *American Science Review*. 1998. Vol. 92. Is. 4. P. 791–808.
399. Hochreich D.J., Rotter J. Have college students become less trusting? // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1970. Vol. 15. P. 211–214.
400. Hochschild A.R. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: Univ. Calif. Press, 1983. 307 p.
401. Holmes J.G., Levinger G. Paradoxical effects of closeness in relationships on perceptions of justice: An interdependence theory perspective // *Entitlement and the affectional bond: Justice in close relationships* / Eds. M.J. Lerner, G. Mikula. NY: Plenum. 1994. P. 149–173.
402. Holmes J.G., Rempel J.K. Trust in close relationships // *Close relationships* / Ed. C. Hendrick. Newbury Park, CA: Sage, 1989. P. 187–220.
403. Homans G.C. *Social Behavior, its elementary Forms*. NY., 1961.
404. Hosmer L.T. Trust: the connecting link between organizational theory and philosophical ethics // *Academy of Management Review*. 1995. Vol. 20. Is. 2. P. 379–403.
405. Husted B.W. Transaction costs, norms, and social networks: A preliminary study of cooperation in industrial buyer-seller relationships in the United States and Mexico // *Business and Society*. 1994. Vol. 33. P. 30–57.
406. Ibarra H. Race, opportunity, and diversity in social circles in managerial networks // *Academy of Management Journal*. 1995. Vol. 38. P. 673–701.
407. Insko C.A., Schopler J. Differential distrust of groups and individuals // *Intergroup Cognition and Intergroup Behavior* / Eds. C. Sedikides, J. Schopler, Insko. Hills-dale, NJ: Erlbaum, 1997. 469 p.
408. Janoff-Bulman R. 1992. *Shattered Assumptions*. NY: Free Press. 256 p.
409. Johns J. A concept analysis of trust // *Journal of Advanced Nursing*. 1996. Vol. 24. P. 76–83.
410. Johns J. Trust: key to acculturation in corporatized health care environments // *Nursing Administration Quarterly*. 1996. Vol. 20. P. 13–24.
411. Johnson-George C., Swap W.C. Measurement of specific interpersonal trust: Construction and validation of a scale to assess trust in a specific other // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1982. Vol. 43. P. 1306–1317.
412. Kao A.C., Green D.C., Davis N.A., Koplan J.P., Cleary P.D. Patient's trust in their physicians: effects of choice, continuity, and payment method // *Journal of General Internal Medicine*. 1998. Vol. 13. P. 681–686.
413. Kao A.C., Green D.C., Zaslavsky A.M., Koplan J.P., Cleary P.D. The relationship between method of physician payment and patient trust // *Journal of the American Medical Association*. 1998. Vol. 280. P. 1708–1714.

414. Katzenstein G. What generates trust in organizations: A social network answer. Graduate School of Industrial Administration. Carnegie Mellon University. Pittsburgh, PA. 1996.
415. Kelvin, P. A social psychological examination of privacy // *British Journal of Social and Clinical Psychology*. 1973. Vol. 12. P. 248–261.
416. Kipnis D. Trust and technology // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 39–50.
417. Knights D., Noble F., Vurdubakis T., Willmott T. Chasing shadows: Control, virtuality and the production of trust // *Organization Studies*. 2001. Vol. 22 (2). P. 311–336.
418. Koehn D. Should we trust in trust? // *American Business Law Journal*. 1996. Vol. 34. P. 183–203.
419. Kollock P. The emergence of exchange structures: an experimental study of uncertainty, commitment and trust // *American Journal of Sociology*. 1994. Vol. 100. P. 313–345.
420. Kramer R.M. Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions // *Annual Reviews Psychology*. 1999. Vol. 50. P. 569–598.
421. Kramer R.M. Paranoid cognition in social systems: thinking and acting in the shadow of doubt // *Personality and Social Psychology Review*. 1998. Vol. 2. P. 251–275.
422. Kramer R.M., Brewer M.B., Hanna B. Collective trust and collective action in organizations: the decision to trust as a social decision // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 357–389.
423. Kreps D.M. Corporate culture and economic theory // *Perspectives on Positive Political Economy* / Eds. J. Alt, K. Shepsle. NY: Cambridge Univ. Press, 1990.
424. Kruglanski A.W. Attributing trustworthiness in supervisor-worker relations // *J. Exp. Soc. Psychol*. 1970. Vol. 6. P. 214–232.
425. Lahno B. Trust, reputation, and exit in exchange relationships. // *Journal of conflict resolution*. September 1995. Vol. 39, Is. 3. P. 495–510.
426. Landa J.T. Trust, ethnicity, and identity: Beyond the new institutional economics of ethnic trading, networks, contract law, and gift exchange. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1994.
427. La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A., Vishny R. Trust in large organizations // *American Economic Review*. 1997. Vol. 87 (2). P. 333–338.
428. Laraque D., Mitchell J. A matter of trust: mandatory HIV testing (letter to the editor) // *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*. 1996. Vol. 150, P. 556–557.



429. Larson A. Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships // *Administrative Science Quarterly*. 1992. Vol. 37. P. 76–104.
430. Lerner H.G. *The Dance of Deception. Pretending and Truth-telling in Women's Lives*. NY., 1993.
431. Levis D., Weigert A.J. Trust as social reality // *Social forces*. June 1985. Vol. 63. Is. 4. P. 967–985.
432. Levis D., Weigert A.J. Social atomism, holism, and trust // *The sociological quarterly*. 1985. Vol. 26. Is. 4. P. 455–471.
433. Lewicki R.J., Bunker B.B. Developing and maintaining trust in work relationships // *Trust in organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 114–139.
434. Lewicki R.J., Bunker B.B. Trust in relationships: a model of trust development and decline // *Conflict, Cooperation, and Justice: Essay inspired by the work of Morton Deutsch* / Eds. B.B. Bunker, J.Z. Rubin & associates. San Francisco: Jossey-Bass, 1995. P. 133–174.
435. Lewicki R.J., Mcallister D.J., Bies R.J. Trust and distrust: New relationships and realities // *Academy of Management Review*. 1998. Vol. 23. Is. 3. P. 438–459.
436. Lewicky R.J., Stevenson M., Bunker B.B. The three components of interpersonal trust: instrument development and differences across relationships // *The Ohio State University: WPS*. Feb. 1997.
437. Lewin K. *Group decisions and social change* // *Readings and social psychology* / Eds. T.M. Newcomb, E.L. Hartley. NY.: Henry Holt, 1947.
438. Lewis J.D., Weigert A. Trust as a social reality // *Social Forces*. 1985. Vol. 63. P. 967–985.
439. Lindsfold S. Trust development, the GRIT proposal, and the effects of conciliatory acts on conflict and cooperation // *Psychological Bulletin*. 1978. Vol. 85. P. 772–793.
440. Luhmann, N. Familiarity, confidence, and trust: problems and alternatives // *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations* / Ed. D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988. P. 94–107.
441. Luhmann N. *Trust and power*. Chichester, England: Wiley, 1979.
442. Lunt P. The electronic consumer: www.confidence // *Consumer Policy Review*. 1999. Vol. 9 (6). P. 215–219.
443. Lunt P. Social psychological barriers to E-commerce // Paper presented at The realities of E-Commerce Symposium. London, November 1999.
444. Malhotra D. Trust and Reciprocity Decisions: The Differing Perspectives of Trustors and Trusted Parties // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 2004. Vol. 94. P. 61–73.
445. Mancini P. Between trust and suspicion: How political journalists solve the

- dilemma // *European Journal of Communication*. 1993. Vol. 8. P. 33–51.
446. March J.G., Olsen J.P. *Democratic Governance*. NY: Free Press, 1994.
447. Mayer R. C., Davis J. H. The effect of the performance appraisal system on trust for management: A field quasi-experiment // *Journal of Applied Psychology*. 1999. Vol. 84. P. 123–136.
448. Mayer R.C., Davis J.H., Schoorman F.D. An integrative model of organizational trust // *Academy of Management Review*. 1995. Vol. 20. P. 709–734.
449. McAlister D.J. Affect- and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations // *Academy of Management Journal*. 1995. Vol. 38. P. 24–59.
450. McAllister D.J. Two faces of interpersonal trust // *Research on negotiation in organizations*. Vol. 6 / Eds. R.J. Lewicki, R.J. Bies, B.H. Sheppard. Greenwich, CT: JAI Press, 1997. P. 87–112.
451. McCabe K.A., Rigdon M.L., Smith V.L. Positive reciprocity and intentions in trust games // *Journal of Economic Behavior & Organization*. 2003. Vol. 52. P. 267–275.
452. Measures of personality and Social Psychological Attitudes // *Measures of Social Psychological Attitudes*. Vol. 1 / Eds. J.P. Robinson, P.R. Shaver, L.S. Wrightsman. San Diego, NY, Boston: Academic Press, 1991. 753p.
453. Mechanic D. Managed care, rationing, and trust in medical care // *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine*. 1998. Vol. 75. P. 118-122.
454. Mechanic D. Public trust and initiatives for new health care partnerships // *Milbank Quarterly*. 1998. Vol. 76. P. 281–302.
455. Mechanic D., Schlesinger M. The impact of managed care on patients' trust in medical care and their physicians // *Journal of the American Medical Association*. 1996. Vol. 275. P. 1693–1697.
456. Meidinger C, Robin S., Ruffleux B. Confiance, réciprocité et cheap talk // *Revue Economique*. 1999. № 1. P. 5–44.
457. Meize-Grochowski R. An analysis of the concept of trust // *Journal of Advanced Nursing*. 1984. Vol. 9. P. 563–572.
458. Mellinger G.D. Interpersonal trust as a factor in communication // *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1956. Vol. 51. P. 304–309.
459. Messick D.M., Liebrand W.G. Individual heuristics and the dynamics of cooperation in large groups // *Psychological Review*. 1995. Vol. 102. P. 131–145.
460. Messick D.M., Wilke H., Brewer M.B., Kramer R.M., Zemke P.E., Lui L. Individual adaptations and structural change as solutions to social dilemmas // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1983. Vol. 44. P. 294–309.
461. Meyerson D., Weick K., Kramer R.M. Swift trust and temporary groups // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 66–195.

462. Miller G.J. Managerial dilemmas: The political economy of hierarchy. NY: Cambridge University Press, 1992.
463. Milne G. Privacy and ethical issues in database/interactive marketing: A research framework and overview of the special issue // *Journal of Public Policy and Marketing*. 2000. Vol.9 (Spring). P. 1–6.
464. Milne G., Boza M. Trust and concern in consumers' perceptions of marketing information management practices // *Journal of Interactive Marketing*. 1999. Vol. 13 (1). P. 5–24.
465. Mishler W., Rose R. Trust, Distrust and Scepticism: Popular Evaluations of Civil and Political Institutions in Post-Communist Societies // *Journal of Politics*. 1997. Vol.59. P.418-451.
466. Mishra N. Organizational responses to crisis: the centrality of trust // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 261–287.
467. Misztal B.A. Trust in Modern Societies. Cambridge, MA: Blackwell, 1996. 296p.
468. Mitchell C.E. Violation the public trust: The ethical and moral obligations of government official // *Public Personnel Management*. Spt.1999. Vol. 28 (1). P. 27–38.
469. Morgan R.M., Hunt S.D. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing // *Journal of Marketing*. Jul.1994. Vol. 58. Is. 3. P. 20–39.
470. Murnighan J.K., Kim J.W., Metzger A.R. The volunteer dilemma // *Administrative Science Quarterly*. 1994. Vol. 38. P. 515–538.
471. Murray S.L., Holmes J.G. Storytelling in close relationships: The construction of confidence // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1994. Vol. 20. P. 650–663.
472. Murray S.L., Holmes J.G., Griffin D.W. The benefits of positive illusions: Idealization and the construction of satisfaction in close relationships // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1996. Vol. 70. P. 79–98.
473. Nacci P., Stapleton R.E., Tedeschi J.T. An empirical restatement of the reciprocity norms // *Journal of Social Psychology*. 1973. Vol. 91. P. 263–271.
474. Newcomer L.N. Measure of trust in health care // *Health Affairs*. 1997. Vol. 16. P. 50–56.
475. Northouse P. Interpersonal trust and empathy in nurse-nurse relationships // *Nursing Research*. 1979. Vol. 28. P. 365–368.
476. Nöteberg A., Christiaanse E., Wallage P. Consumer Trust in Electronic Channels // *e-Service Journal*. Winter 2003. Vol. 2. Is. 2. P. 46–68.
477. Nye J.S., Zelikow P.D., King D.C. *Why People Don't Trust Government*. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press, 1997. 339 p.
478. Olivero N., Lunt P. Privacy versus willingness to disclose in e-commerce exchanges: The effect of risk awareness on the relative role of trust and control

- // Journal of Economic Psychology. 2004. Vol. 25. Is. 2. P. 243–262.
479. Olson M. The Logic of Collective Action. New Haven, CT: Yale Univ. Press, 1965. 271 p.
480. Orbell J., Dawes R., Schwartz-Shea P. Trust, social categories, and individuals: the case of gender // Motivation and Emotion. 1994. Vol. 18. P. 109–128.
481. Ortman, A., Fitzgerald J., Boeing C Trust, reciprocity, and social history: A re-examination // Experimental Economics. 2000. Vol. 3. P. 81–100.
482. Pagden A. The destruction of trust and its economic consequences in the case of eighteenth-century Naples // Trust: Making and Breaking Cooperative Relations / Ed. D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988.
483. Parks C.D., Henager R.F., Scamahorn S.D. Trust and reactions to messages of intent in social dilemmas // Journal of conflict resolution. 1996. Vol. 40. P. 134–151.
484. Parks C.D., Hulbert L.G. High and low trusters' responses to fear in a payoff matrix // Journal of conflict resolution. 1995. Vol. 39. P. 718–730.
485. Parks C.D., Komorita S.S. Reciprocal strategies for large groups // Personality and Social Psychology Review. 1997. Vol. 1. P. 314–322.
486. Pask E. Trust: an essential component of nursing practice — implications for nurse education // Nurse Education Today. 1995. Vol. 15. P. 190–195.
487. Pearce W.B. Trust in interpersonal communication // Speech Monographs. 1974. Vol. 41. P. 236–244.
488. PEW Research Center for the People and the Press. Trust and Citizen Engagement in Metropolitan Philadelphia: A Case Study. Washington, DC: PEW. 1996. 131 p.
489. PEW Research Center for the People and the Press. Deconstructing Distrust: How Americans View Government. Washington, DC: PEW. 1998. 264 p.
490. Pfeffer J. New Directions in Organizational Theory: Problems and Prospects. New York: Oxford Univ. Press, 1997. 264 p.
491. Phelps J., Nowak G., Ferrell E. Privacy concerns and consumer willingness to provide personal information // Journal of Public Policy and Marketing. 2000. Vol.79 (Spring). P. 27–41.
492. Pilisuk M., Kiritz S., Clampitt S. Undoing deadlocks of distrust: hip Berkeley students and the ROTC // Journal of conflict resolution. 1971. Vol. 15. P. 81–95.
493. Pilisuk M., Skolnick P. Inducing trust: A test of the Osgood Proposal // Journal of Personality and Social Psychology. 1968. Vol. 8. P. 121–133.
494. Pipes D. Conspiracy. NY.: Free Press. 1997. 257 p.
495. Powell W. Trust in governance structures // Trust in Organizations: Frontiers of theory and research / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 51–67.
496. Putnam R.D. Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy.

- Princeton, NJ: Princeton Univ. Press, 1993. 25 p.
497. Rempel J.K., Holmes, J.G. How do I trust thee? // *Psychology Today*. 1986. February. P. 28–34.
  498. Rempel J.K., Holmes J.G., Zanna M.P. Trust in close relationships // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1985. Vol. 49. Is. 1. P. 95–112.
  499. Repper J., Ford R., Cooke A. How can nurses build trusting relationships with people who have severe and long-term mental health problems? Experiences of case managers and their clients // *Journal of Advanced Nursing*. 1994. Vol. 19. P. 1096–1104.
  500. Richardson B.K. Seven ways to win your patient's trust // *Nursing*. 1987. Vol. 17. P. 44–45.
  501. Ring P.S., Van de Ven A.H. Developmental process of cooperative inter-organizational relationships // *Academy of Management Review*. 1994. Vol. 19. P. 90–118.
  502. Robinson S.L. Trust and breach of the psychological contract // *Administrative Science Quarterly*. 1996. Vol. 41. P. 574–599.
  503. Rosenberg M. Misanthropy and political ideology // *American Sociological Review*. 1956. Vol. 21. P. 690–695.
  504. Rosenberg M. Occupations and values. Glencoe, IL: Free Press, 1957.
  505. Ross W., LaCroix J. Multiple meanings of trust in negotiation theory and research: A literature review and integrative model // *International Journal of Conflict Management*. 1996. Vol. 7. P. 314–360.
  506. Rotenberg K. Loneliness and interpersonal trust // *Journal of Social and Clinical Psychology*. 1994. Vol. 13. P. 152–173.
  507. Rotter J.B. A new scale for the measurement of interpersonal trust // *Journal of Personality*. 1967. Vol. 35. P. 651–665.
  508. Rotter J.B. Generalized expectancies for interpersonal trust // *American Psychologist*. 1971. Vol. 26. P. 443–452.
  509. Rotter J.B. Interpersonal trust, trustworthiness, and gullibility // *American Psychologist*. 1980. Vol. 35. P. 1-7.
  510. Rotter J.B. Social learning and clinical psychology. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1954.
  511. Ruditis S.E. Developing trust in nursing interpersonal relationships // *Journal of Psychiatric Nursing and Mental Health*. 1979. Vol. 17. P. 20–23.
  512. Rousseau D.M. Psychological contracts in organizations: Understanding written and unwritten agreements. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
  513. Rousseau D.M., Sitkin S.B., Burt R.S., Camerer C. Not so different after all: a cross-discipline view of trust // *Academy of Management Review*. 1998. Vol. 23. Is. 3. P. 393–404.
  514. Sabel C.F. Studied trust: building new forms of cooperation in a volatile

- economy // *Human Relations*. 1993. Vol. 46. P. 1133–1170.
515. Sato K. Trust and group size in a social dilemma // *Jpn. Psychol. Res.* 1988. Vol. 30. P. 88–93.
516. Schill T., Toves C., Ramariaiah N. Interpersonal trust and coping with stress // *Psychological Reports*. 1980. Vol. 47. P. 1192.
517. Schneider B., Bowen D.E. *Winning the service game*. Boston: Harvard Business School Press, 1995.
518. Schutte J.G. The effects of power and trust on self-disclosure in social interaction // *Dissertation Abstracts International*. 1974. Vol. 35 (5-6). P. 2484.
519. Scott W.R. *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1997. 178 p.
520. Seligman A.B. *The Problem of Trust*. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press, 1997. 231 p.
521. Shapiro S. Policing trust // *Private Policing* / Eds. C.D. Shearing, P.C. Stenning. Thousand Oaks, CA: Sage, 1987. 401 p.
522. Shapiro S.P. The social control of impersonal trust // *American Journal of Sociology*. 1987. Vol. 93. P. 623–658.
523. Shapiro D.L., Sheppard B.H., Cheraskm L. Business on a handshake // *Negotiations Journal*. 1992. Vol. 8. P. 365–377.
524. Shaw R.B. *Trust in the Balance*. San Francisco: Jossey-Bass, 1997. 242 p.
525. Sheppard B.H. Negotiating in long-term mutually interdependent relationships among relative equals // *Research on negotiation in organizations*. Vol. 5 / Eds. R.J. Bies, R.J. Lewicki, B.H. Sheppard. Greenwich, CT: JAI Press, 1995. P. 3–44.
526. Sheppard B.H., Tuchinsky M. Micro-OB and the network organization // *Trust in Organizations* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 140–165.
527. Simmel G. *Conflict & the web of group-affiliations*. Glencoe, IL: Free Press, 1955.
528. Sitkin S.B. On the positive effects of legalization on trust // *Research on negotiation in organizations*. 1995. Vol. 5. P. 185–217.
529. Sitkin S.B., Roth N.L. Explaining the limited effectiveness of legalistic 'remedies' for trust/distrust // *Organization Science*. 1993. Vol. 4. P. 367–392.
530. Sitkin S.B., Stickel D. The road to hell: the dynamics of distrust in an era of quality // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 196–215.
531. Sleeper S., Wholey D., Hamer R., Schwartz S., Inoferio V. Trust me: technical and institutional determinants of health maintenance organizations shifting risk to physicians // *Journal of Health and Social Behavior*. 1998. Vol. 39. P. 189–200.

532. Slemrod J., Katuscak P. Do Trust and Trustworthiness Pay Off? Manuscript University of Michigan. May 2002.
533. Slovic P. Perceived risk, trust, and democracy // *Risk Anal.* 1993. Vol. 13. P. 675–682.
534. Sobel R. Deception/trust, Israel // *Journal of Medical Sciences.* 1996. Vol. 32. P. 256–259.
535. Solomon L. The influence of some types of power relationships and game strategies upon the development of interpersonal trust // *Journal of Abnormal and Social Psychology.* 1960. Vol. 61. P. 223–230.
536. Solow R. “But verify” // *Review of Fukuyama.* *New Republic.* 1995. Vol. 11. P. 36.
537. Sorrentino R.M., Holmes J.G., Hanna S.E., Sharp A. Uncertainty orientation and trust in close relationships: individual differences in cognitive styles // *Journal of Personality and Social Psychology.* 1995. Vol. 68. P. 314–327.
538. Special topic forum on trust in and between organizations // *Academy of Management Review.* 1998. Vol. 23. Is. 3. P. 387–620.
539. Stack L.C. Trust // *Dimensionality of personality* / Eds. H. London, J.E. Exner Jr. NY.: Wiley, 1988. P. 561–599.
540. Strickland L.H. Surveillance and trust // *Journal of Personality.* 1958. Vol. 26. P. 200–215.
541. Sullivan J.L., Transue J.E. The psychological underpinnings of democracy: a selective review of research on political tolerance, interpersonal trust, and social capital // *Annual Review of Psychology.* 1999. Vol. 50. P. 625–650.
542. Survey Research Center. 1964 Election Study. Ann Arbor: Inter-University Consortium for Political Research, University of Michigan, 1969.
543. Sztompka P. Mistrusting Civility: Predicament of a Post-Communist Society // *Real Civil Societies* / Ed. J. Alexander. London: Sage, 1997.
544. Sztompka P. Trust, distrust and two paradoxes of democracy // *The European Journal of Social Theory.* 1998. Vol. 1. Is. 1. P. 412.
545. Sztompka P. Trust: a sociological theory. Cambridge: Cambridge university press, 1999.
546. Tan F.B. Online Consumer Trust: A Multi-Dimensional Model // *Journal of Electronic Commerce in Organizations.* Jul.-Sep. 2004. Vol. 2. Is. 3. P. 40–59.
547. Tardy C.H. Interpersonal evaluations: Measuring attraction and trust // *A handbook for the study of human communication* / Ed. C.H. Tardy. Norwood, NJ.: Ablex Publishing. 1988. P. 269–283.
548. The Trust Crisis in Healthcare / Ed. D.A. Shore. Oxford University Press, 2006.
549. Thom D., Campbell B. Patient physician trust: an exploratory study

- // Journal of Family Practice. 1997. Vol. 44. P. 169–176.
550. Thom D.H., Ribisl K.M., Stewart A.L., Luke D.A. Further validation and reliability testing of the trust in physician scale // *Medical Care*. 1999. Vol. 37. P. 510–517.
551. Thorn D.H., Bloch D.A., Segal E.S. An intervention to increase patients' trust in their physicians // *Academic Medicine*. 1999 (Feb). Vol. 74 (2). P. 195–198.
552. Thorne S., Robinson C. Reciprocal trust in health care relationships // *Journal of Advanced Nursing*. 1988. Vol. 13. P. 782–789.
553. Thomas D.O. The duty to trust // *The Aristotelian society*. 1978. Vol. 79. P. 89–101.
554. Trojan L., Yonge O. Developing trusting, caring relationships: home care nurses and elderly clients // *Journal of Advanced Nursing*. 1993. Vol. 18. P. 903–910.
555. Trust and distrust in a network-style organisation: GPs' experiences and views of a Scottish local healthcare co-operative [An article from: Accounting Forum] / [http://www.amazon.com/Trust-distrust-network-style-organisation-co-operative/dp/B000PBZSK6/ref=sr\\_1\\_5?ie=UTF8&s=books&qid=1195986052&sr=1-5](http://www.amazon.com/Trust-distrust-network-style-organisation-co-operative/dp/B000PBZSK6/ref=sr_1_5?ie=UTF8&s=books&qid=1195986052&sr=1-5)
556. *Trust and Distrust in Organizations: Dilemmas and Approaches* (The Russell Sage Foundation Series on Trust. Vol. 7 / Eds. R.M. Kramer, K.S. Cook. 2004.
557. *Trust and Distrust: Sociocultural Perspectives (Advances in Cultural Psychology Constructing Human Development)* / Eds. I. Markova, F. Gillespie. Information Age Pub Inc, 2007.
558. *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. 429 p.
559. *Trust: Making and breaking cooperative relations* / Ed. D. Gambetta. Oxford: Basil Blackwell, 1988.
560. Tsui A.S. Reputational effectiveness: Toward a mutual responsiveness framework // *Research in organizational behavior*. Vol. 16 / Eds. B.M. Staw, L.L. Cummings. Greenwich, CT: JAI Press, 1994. P. 257–307.
561. Turkle Sh. *Life on the Screen: Indentity in the Age of the Internet*. NY.: A Touchstone Book, 1995.
562. Tyler T.R., Degoey P. Trust in organizational authorities: the influence of motive attributions on willingness to accept decisions // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 331–357.
563. Tyler T.R., Kramer R.M. Whither trust? // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 1–15.



564. Uzzi B. Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness // *Administrative Science Quarterly*. 1997. Vol. 42. P. 35–67.
565. Valley K.L., Neale M.A., Mannix E.A. Friends, lovers, colleagues, strangers: The effects of relationships on the process and outcome of dyadic negotiations // *Research on negotiation in organizations*. Vol. 5 / Eds. R.J. Bies, R.J. Lewicki, B.H. Sheppard. Greenwich, CT: JAI Press, 1995. P. 65–94.
566. Walker J., Brooksby A., McInerney J., Taylor A. Patient perceptions of hospital care: building condence, faith and trust // *Journal of Nursing Management*. 1998. Vol. 6. P. 193–200.
567. Wallston K., Wallston B., Gore S. Development of a scale to measure nurses' trust of patients // *Nursing Research*. 1973. Vol. 22. P. 232–233.
568. Washington G.T. Trust: a critical element in critical care nursing // *Focus on Critical Care*. 1990. Vol. 17. P. 418–421.
569. Watson D., Tellegen A. Toward a consensual structure of mood // *Psychological Bulletin*. 1985. Vol. 98. P. 219–235.
570. Webb G. Trust and crises // *Trust in Organizations: Frontiers of theory and research* / Eds. R.M. Kramer, T.R. Tyler. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 288–302.
571. Weick K.E. The collapse of sensemaking in organizations: the Mann Gulch disaster // *Administrative Science Quarterly*. 1993. Vol. 38. P. 628–652.
572. Weick KE, Roberts K. Collective mind in organizations: heedful interrelating on flight decks // *Administrative Science Quarterly*. 1993. Vol. 38. P. 357–381.
573. Wheelless L., Grotz J. The measurement of trust and its relationship to self-disclosure // *Communication Research*. 1977. Vol. 3. P. 250–257.
574. Whitney J. *The Trust Factor*. NY: McGraw-Hill. 1994. 235 p.
575. Williams R. Curing Type A: the trusting heart // *Psychology Today*. 1989. January-February. P. 36–42.
576. Williamson O. Calculativeness, trust, and economic organization // *Journal of Law and Economics*. 1993. Vol. 34. P. 453–502.
577. Willig C. The limitations of trust in intimate relationships: constructions of trust and sexual risk taking // *British Journal of Social Psychology*. 1997. Vol. 36. P. 211–221.
578. Willinger M., Keser C., Lohmann C., Usunier J.-C. A comparison of trust and reciprocity between France and Germany: Experimental investigation based on the investment game // *Journal of Economic Psychology*. 2003. Vol. 24. P. 447–466.
579. Worchel P. Trust and distrust // *The social psychology of intergroup relations* / Eds. W. G. Austin, S. Worchel. Belmont, CA: Wadsworth, 1979.
580. Wrightsman L.S. Interpersonal trust and attitudes toward human nature

- // Measures of Personality and Psychological Attitudes / Eds. J. Robinson, P. Shaver, L. Wrightsman. San Diego, CA: Academic, 1991. P. 373–412.
581. Wrightsman L.S. Measurement of philosophies of human nature // Psychological Reports. 1964. Vol. 14. P. 743–751.
582. Wrightsman L.S. Assumptions about human nature: A social-psychological analysis. Monterey, CA: Brooks/Cole, 1974.
583. Yamagishi T., Cook K., Watable M. Uncertainty, trust and commitment formation in the US and Japan // American Journal of Sociology. 1998. Vol. 104. Is. 1. P. 165–194.
584. Yamagishi T., Yamagishi M. Trust and commitment in the United States and Japan // Motivation and Emotion. 1994. Vol. 18. P. 129–166.
585. Yoshino M.Y., Rangan U.S. Strategic alliances: An entrepreneurial approach to globalization. Boston: Harvard Business School Press, 1995.
586. Zajonc R.B. The concepts of balance, congruity, and dissonance // Public Opinion Quarterly. 1960. Vol. 24. P. 280–296.
587. Zand D.E. The Leadership Triad: Knowledge, Trust, and Power. NY: Oxford Univ. Press. 1997. 221 p.
588. Ziemba W., Ziemba R. Scenarios for Risk Management and Global Investment Strategies (The Wiley Fians Series). Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2007.
589. Zimbardo P.G., Andersen S.M., Kabat L.G. Induced hearing deficit generates experimental paranoia // Science. 1981. Vol. 212. P. 1529–1531.
590. Zimmer T. The impact of Watergate on the public's trust in people and confidence in the mass media // Social Science Quarterly. 1972. Vol. 59. P. 743–751.
591. Zuboff S. In the Age of the Smart Machine. NY: Basic Books, 1988. 178 p.
592. Zucker L.G. The production of trust: Institutional sources of economic structure, 1840-1920 // Research in organizational behavior. Vol. 8 / Eds. B.M. Staw, L.L. Cummings. Greenwich, CT: JAI Press, 1986. P. 53–111.



**ПРИЛОЖЕНИЯ**



## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### ОПРОСНИК ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ КРИТЕРИЕВ ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ Личности другим людям А.Б. КУПРЕЙЧЕНКО И С.П. ТАБХАРОВОЙ

**Уважаемые господа!** Институт психологии РАН проводит исследование, целью которого является изучение феноменов доверия и недоверия. Анкета анонимная, вся полученная информация будет использована только в научных целях. Благодарим Вас за согласие участвовать в исследовании.

1. Оцените, пожалуйста, степень Вашего согласия с каждым приведенным ниже утверждением, оценивающим **критерии недоверия при взаимодействии с тремя различными категориями людей** (кроме утверждений, неприменимых к категории незнакомых людей и обозначенных знаком X) по 5-балльной шкале, где:

|                          |                       |                         |                    |                       |
|--------------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------|-----------------------|
| 1                        | 2                     | 3                       | 4                  | 5                     |
| полностью<br>не согласен | скорее не<br>согласен | затрудняюсь<br>ответить | скорее<br>согласен | полностью<br>согласен |

Для того, чтобы я не доверял человеку, достаточно, чтобы он был...

|    |                     | Незна-<br>комый<br>человек | Знакомый<br>человек | Близкий<br>человек |
|----|---------------------|----------------------------|---------------------|--------------------|
| 1  | Неопрятным          |                            |                     |                    |
| 2  | Агрессивным         |                            |                     |                    |
| 3  | Слабым              |                            |                     |                    |
| 4  | Молчаливым          |                            |                     |                    |
| 5  | Зависимым от других |                            |                     |                    |
| 6  | Суетливым           |                            |                     |                    |
| 7  | Пассивным           |                            |                     |                    |
| 8  | Угрюмым             |                            |                     |                    |
| 9  | Любопытным          |                            |                     |                    |
| 10 | Хвастливым          |                            |                     |                    |
| 11 | Безучастным         |                            |                     |                    |
| 12 | Открытым            |                            |                     |                    |
| 13 | Глупым              |                            |                     |                    |
| 14 | Необразованным      |                            |                     |                    |
| 15 | Робким              |                            |                     |                    |
| 16 | Импульсивным        |                            |                     |                    |

|    |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|
| 17 | Неавторитетным   |  |  |  |
| 18 | Зависящим от меня  |  |  |  |
| 19 | Полезным мне   |  |  |  |
| 20 | Ненаходчивым   |  |  |  |
| 21 | Скрытным   |  |  |  |
| 22 | Нелюбопытным   |  |  |  |
| 23 | Невежливым   |  |  |  |
| 24 | Необаятельным  |  |  |  |
| 25 | Болтливым  |  |  |  |
| 26 | Плохо одетым   |  |  |  |
| 27 | Неорганизованным   |  |  |  |
| 28 | Некрасивым   |  |  |  |
| 29 | Слишком опрятным   |  |  |  |
| 30 | Очень спокойным  |  |  |  |
| 31 | Надеющимся на интуицию                                       |  |  |  |
| 32 | Сильным  |  |  |  |
| 33 | Разговорчивым  |  |  |  |
| 34 | Степенным  |  |  |  |
| 35 | Активным   |  |  |  |
| 36 | Веселым  |  |  |  |
| 37 | Нелюбопытным   |  |  |  |
| 38 | Имеющим интересы, противоречащие моим                        |  |  |  |
| 39 | Имеющим интересы, отличные от моих                           |  |  |  |
| 40 | Имеющим близкие мне интересы                                 |  |  |  |
| 41 | Другого вероисповедания                                      |  |  |  |
| 42 | Принадлежащим к другой социальной или демографической группе |  |  |  |
| 43 | Принадлежащим к враждебной социальной группе                 |  |  |  |
| 44 | Рисковым   |  |  |  |
| 45 | Предпочитающим компромиссы                                   |  |  |  |
| 46 | Образованным   |  |  |  |
| 47 | Смелым   |  |  |  |
| 48 | Сдержанным   |  |  |  |
|    | Авторитетным   |  |  |  |
| 49 | Вежливым   |  |  |  |
| 50 | Другой национальности  |  |  |  |
| 51 | Обаятельным  |  |  |  |
| 52 | Неболтливым  |  |  |  |
| 53 | Хорошо одетым  |  |  |  |
| 54 | Любящим соревноваться  |  |  |  |
| 55 | Иного социального происхождения                              |  |  |  |

|    |   |   |  |  |
|----|---|---|--|--|
| 56 | Участливым                                  |   |  |  |
| 57 | Очень красивым                              |   |  |  |
| 58 | Конфликтующим с окружающими                 |   |  |  |
| 59 | Богатым                                     |   |  |  |
| 60 | Бедным                                      |   |  |  |
| 61 | Конкурирующим со мной                       |   |  |  |
| 62 | Лживым                                      | X |  |  |
| 63 | Хитрым                                      | X |  |  |
| 64 | Бесхитростным                               | X |  |  |
| 65 | Находчивым                                  | X |  |  |
| 66 | Развязным                                   | X |  |  |
| 67 | Очень умным                                 | X |  |  |
| 68 | Непосредственным                            | X |  |  |
| 69 | Надеющимся только на себя                   | X |  |  |
| 70 | Принципиальным                              | X |  |  |
| 71 | Беспринципным                               | X |  |  |
| 72 | Имеющим цели жизни, отличные от моих        | X |  |  |
| 73 | Имеющим жизненные цели, противоречащие моим | X |  |  |
| 74 | Имеющим жизненные цели, как у меня          | X |  |  |
| 75 | Любящим стабильность                        | X |  |  |
| 76 | Расчетливым                                 | X |  |  |
| 77 | Рациональным                                | X |  |  |
| 78 | Искренним                                   | X |  |  |
| 79 | С восприятием мира, отличным от моего       | X |  |  |
| 80 | Воспринимающим мир также, как и я           | X |  |  |
| 81 | Имеющим широкий круг интересов              | X |  |  |
| 82 | Организованным                              | X |  |  |
| 83 | Независимым                                 | X |  |  |
| 84 | Скромным                                    | X |  |  |
| 85 | Кристалльно честным                         | X |  |  |
| 86 | Терпимым к недостаткам людей                | X |  |  |
| 87 | Нетерпимым к людям                          | X |  |  |
| 88 | Борющимся за справедливость                 | X |  |  |
| 89 | Несправедливым                              | X |  |  |
| 90 | Безответственным                            | X |  |  |
| 91 | Гиперответственным                          | X |  |  |
| 92 | Ненадежным                                  | X |  |  |
| 93 | Непредсказуемым                             | X |  |  |
| 94 | Любимым                                     | X |  |  |
| 95 | Нелюбимым                                   | X |  |  |



2. Оцените, пожалуйста, степень Вашего согласия с каждым приведенным ниже утверждением, оценивающим **критерии доверия при взаимодействии с тремя различными категориями людей** (кроме утверждений, неприменимых к категории незнакомых людей и обозначенных знаком X) по 5 балльной шкале, где:

|                       |                    |                      |                 |                    |
|-----------------------|--------------------|----------------------|-----------------|--------------------|
| 1                     | 2                  | 3                    | 4               | 5                  |
| полностью не согласен | скорее не согласен | затрудняюсь ответить | скорее согласен | полностью согласен |

Для того чтобы, я доверял человеку, достаточно, чтобы он был..

|    |                        | Незна-<br>комый<br>человек | Зна-<br>комый<br>человек | Близкий<br>человек, |
|----|------------------------|----------------------------|--------------------------|---------------------|
| 1  | Опратным               |                            |                          |                     |
| 2  | Неагрессивным          |                            |                          |                     |
| 3  | Слабым                 |                            |                          |                     |
| 4  | Молчаливым             |                            |                          |                     |
| 5  | Зависимым от других    |                            |                          |                     |
| 6  | Суежливым              |                            |                          |                     |
| 7  | Пассивным              |                            |                          |                     |
| 8  | Угрюмым                |                            |                          |                     |
| 9  | Любопытным             |                            |                          |                     |
| 10 | Хвастливым             |                            |                          |                     |
| 11 | Безучастным            |                            |                          |                     |
| 12 | Открытым               |                            |                          |                     |
| 13 | Глупым                 |                            |                          |                     |
| 14 | Необразованным         |                            |                          |                     |
| 15 | Робким                 |                            |                          |                     |
| 16 | Импульсивным           |                            |                          |                     |
| 17 | Неавторитетным         |                            |                          |                     |
| 18 | Зависящим от меня      |                            |                          |                     |
| 19 | Полезным мне           |                            |                          |                     |
| 20 | Ненаходчивым           |                            |                          |                     |
| 21 | Скрытым                |                            |                          |                     |
| 22 | Нелюбопытным           |                            |                          |                     |
| 23 | Невежливым             |                            |                          |                     |
| 24 | Необаятельным          |                            |                          |                     |
| 25 | Болтливым              |                            |                          |                     |
| 26 | Плохо одетым           |                            |                          |                     |
| 27 | Неорганизованным       |                            |                          |                     |
| 28 | Некрасивым             |                            |                          |                     |
| 29 | Слишком опратным       |                            |                          |                     |
| 30 | Очень спокойным        |                            |                          |                     |
| 31 | Надеющимся на интуицию |                            |                          |                     |
| 32 | Сильным                |                            |                          |                     |

|    |  |   |  |  |
|----|--|---|--|--|
| 33 | Разговорчивым  |   |  |  |
| 34 | Степенным  |   |  |  |
| 35 | Активным   |   |  |  |
| 36 | Веселым  |   |  |  |
| 37 | Нелюбопытным   |   |  |  |
| 38 | Имеющим интересы, противоречащие моим                        |   |  |  |
| 39 | Имеющим другие интересы                                      |   |  |  |
| 40 | Интересы совпадают с моими                                   |   |  |  |
| 41 | Другого вероисповедания                                      |   |  |  |
| 42 | Принадлежащим к другой социальной или демографической группе |   |  |  |
| 43 | Принадлежащим к враждебной социальной группе                 |   |  |  |
| 44 | Конкурирующим со мной  |   |  |  |
| 45 | Предпочитающим компромиссы                                   |   |  |  |
| 46 | Образованным   |   |  |  |
| 47 | Смелым   |   |  |  |
| 48 | Сдержанным   |   |  |  |
| 49 | Авторитетным   |   |  |  |
| 50 | Вежливым   |   |  |  |
| 51 | Другой национальности  |   |  |  |
| 52 | Обаятельным  |   |  |  |
| 52 | Неболтливым  |   |  |  |
| 53 | Хорошо одетым  |   |  |  |
| 54 | Любящим соревноваться  |   |  |  |
| 55 | Иного социального происхождения                              |   |  |  |
| 56 | Участливым   |   |  |  |
| 57 | Очень красивым   |   |  |  |
| 58 | Конфликтующим с окружающими                                  |   |  |  |
| 59 | Богатым  |   |  |  |
| 60 | Бедным   |   |  |  |
| 61 | Помогающим мне   |   |  |  |
| 62 | Скромным   | X |  |  |
| 63 | Хитрым   | X |  |  |
| 64 | Бесхитростным  | X |  |  |
| 65 | Находчивым   | X |  |  |
| 66 | Развязным  | X |  |  |
| 67 | Очень умным  | X |  |  |
| 68 | Непосредственным   | X |  |  |
| 69 | Надеющимся только на себя                                    | X |  |  |
| 70 | Принципиальным   | X |  |  |
| 71 | Беспринципным  | X |  |  |
| 72 | Имеющим цели жизни, отличные от моих                         | X |  |  |
| 73 | Имеющим жизненные цели, противоречащие моим                  | X |  |  |

|    |   |   |  |  |
|----|---|---|--|--|
| 74 | Имеющим жизненные цели, совпадающие с моими | X |  |  |
| 75 | Любящим стабильность                        | X |  |  |
| 76 | Расчетливым                                 | X |  |  |
| 77 | Рациональным                                | X |  |  |
| 78 | Искренним                                   | X |  |  |
| 79 | С другим восприятием мира                   | X |  |  |
| 80 | Воспринимающим мир также, как и я           | X |  |  |
| 81 | Имеющим широкий круг интересов              | X |  |  |
| 82 | Организованным                              | X |  |  |
| 83 | Независимым                                 | X |  |  |
| 84 | Рисковым                                    | X |  |  |
| 85 | Кристалльно честным                         | X |  |  |
| 86 | Терпимым к недостаткам людей                | X |  |  |
| 87 | Нетерпимым к людям                          | X |  |  |
| 88 | Борющимся за справедливость                 | X |  |  |
| 89 | Несправедливым                              | X |  |  |
| 90 | Безответственным                            | X |  |  |
| 91 | Гиперответственным                          | X |  |  |
| 92 | Лживым                                      | X |  |  |
| 93 | Предсказуемым                               | X |  |  |
| 94 | Надежным                                    | X |  |  |
| 95 | Любимым                                     | X |  |  |

Немного о себе: пол \_\_\_\_\_, возраст \_\_\_\_\_,  
сфера деятельности \_\_\_\_\_

**СПАСИБО ЗА УЧАСТИЕ!**

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

### ФАКТОРЫ ДОВЕРИЯ И НЕДОВЕРИЯ ЛИЧНОСТИ ДРУГИМ ЛЮДЯМ

Факторы **недоверия** личности другим людям (цифрами указаны процент объясняемой дисперсии и факторные нагрузки).

|   | <b>Факторы недоверия незнакомому человеку – 65,42%</b>   | <b>Факторы недоверия знакомому человеку – 55,73%</b>   | <b>Факторы недоверия близкому человеку – 55,27%</b>   |
|---|--|--|---|
| 1 | <p><b>Смелость, обаяние, активность, сила («Сила добра») – 33,69%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>смелый (0,83)</li> <li>хорошо одетый (0,80)</li> <li>образованный (0,77)</li> <li>обаятельный (0,78)</li> <li>вежливый (0,75)</li> <li>активный (0,71)</li> <li>сдержанный (0,71)</li> <li>сильный (0,69)</li> <li>веселый (0,68)</li> <li>авторитетный (0,67)</li> </ol> | <p><b>Наличие близкой жизненной позиции – 22,99%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>искренний (0,73)</li> <li>имеющий широкий круг интересов (0,72)</li> <li>организованный (0,72)</li> <li>любящий стабильность (0,7)</li> <li>с восприятием мира, как у меня (0,69)</li> <li>имеющий жизненные цели, как у меня (0,67)</li> <li>рациональный (0,66)</li> <li>скромный (0,65)</li> <li>вежливый (0,64)</li> <li>независимый (0,62)</li> </ol> | <p><b>Смелость, обаяние, активность, сила («Сила добра») – 21,08%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>активный (0,72)</li> <li>веселый (0,69)</li> <li>вежливый (0,69)</li> <li>сильный (0,67)</li> <li>хорошо одетый (0,65)</li> <li>предпочитающий компромиссы (0,64)</li> <li>обаятельный (0,61)</li> <li>участливый (0,61)</li> <li>авторитетный (0,60)</li> </ol> |
| 2 | <p><b>Слабость, пассивность – 6,92%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>слабый (0,73)</li> <li>угрюмый (0,56)</li> <li>молчаливый (0,53)</li> <li>зависящий от меня (0,48)</li> <li>участливый (0,44)</li> <li>пассивный (0,43)</li> </ol>  | <p><b>Непредсказуемость – 7,76%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>непредсказуемый (0,62)</li> <li>лживый (0,60)</li> <li>хитрый (0,48)</li> <li>очень умный (0,47)</li> <li>непосредственный (0,46)</li> <li>суетливый (0,34)</li> </ol>  | <p><b>Безнравственность, ненадежность 8,7%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>безответственный (0,75)</li> <li>ненадежный (0,73)</li> <li>лживый (0,69)</li> <li>беспринципный (0,64)</li> <li>хитрый (0,63)</li> <li>непредсказуемый (0,60)</li> <li>развязный (0,59)</li> <li>нетерпимый к людям (0,54)</li> <li>несправедливый (0,53)</li> </ol>                   |
| 3 | <p><b>Скрытность, несходство интересов – 4,52%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>скрытный (0,76)</li> <li>имеющий интересы, противоречащие моим (0,7)</li> <li>имеющий интересы, отличные от моих (0,53)</li> </ol>   | <p><b>Слабость, пассивность, зависимость – 4,69%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>пассивный – 0,68</li> <li>невежливый – 0,67</li> <li>безучастный – 0,66</li> <li>зависимый от других – 0,63</li> <li>угрюмый – 0,62</li> <li>слабый – 0,58</li> </ol>  | <p><b>Наличие близкой жизненной позиции – 4,9%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>организованный (0,75)</li> <li>имеющий широкий круг интересов (0,68)</li> <li>независимый (0,66)</li> <li>терпимый к людям (0,59)</li> <li>скромный (0,57)</li> <li>с восприятием мира, как у меня (0,52)</li> <li>любящий стабильность (0,52)</li> </ol>                           |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| 4 | <p><b>Внешние признаки неблагоприятного человека — 4%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. некрасивый (0,77)</li> <li>2. плохо одетый (0,66)</li> <li>3. необаятельный (0,66)</li> <li>4. надеющийся на интуицию (0,57)</li> <li>5. очень спокойный (0,54)</li> <li>6. неавторитетный (0,51)</li> <li>7. бедный (0,45)</li> <li>8. угрюмый (0,44)</li> <li>9. робкий (0,40)</li> <li>10. неопрятный (0,39)</li> </ol> | <p><b>Интуитивность, обаяние, активность, смелость («удачливость») — 4,11%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. надеющийся на интуицию (0,69)</li> <li>2. обаятельный (0,66)</li> <li>3. хорошо одет (0,66)</li> <li>4. авторитетный (0,59)</li> <li>5. богатый (0,58)</li> <li>6. рисковый (0,56)</li> <li>7. разговорчивый (0,53)</li> <li>8. имеющий близкие мне интересы (0,52)</li> <li>9. активный (0,52)</li> <li>10. веселый (0,51)</li> <li>11. имеющий интересы отличные от моих (0,51)</li> <li>12. очень красивый (0,50)</li> <li>13. смелый (0,48)</li> </ol>        | <p><b>Глупость, слабость — 3,86%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. глупый (0,63)</li> <li>2. болтливый (0,62)</li> <li>3. любопытный (0,58)</li> <li>4. зависящий от меня (0,56)</li> <li>5. полезный мне (0,53)</li> <li>6. открытый (0,52)</li> <li>7. слабый (0,5)</li> <li>8. угрюмый (0,48)</li> <li>9. слишком опрятный (0,48)</li> <li>10. неорганизованный (0,48)</li> <li>11. робкий (0,48)</li> <li>12. пассивный (0,46)</li> </ol>  |
| 5 | <p><b>Враждебность 3,2%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. принадлежащий к враждебной социальной группе (0,69)</li> <li>2. агрессивный (0,68)</li> <li>3. неопрятный (0,44)</li> <li>4. рисковый (0,44)</li> <li>5. хвастливый (0,37)</li> <li>6. невежливый (0,36)</li> <li>7. любопытный (0,31)</li> </ol>  | <p><b>Социальные признаки «чужого» человека — 3,56%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. некрасивый (0,68)</li> <li>2. бедный (0,57)</li> <li>3. принадлежащий к другой социальной группе (0,56)</li> <li>5. полезный мне (0,55)</li> <li>6. робкий (0,54)</li> <li>7. другой национальности (0,51)</li> <li>8. неавторитетный (0,5)</li> <li>9. сильный (0,45)</li> <li>10. надеется только на себя (0,43)</li> <li>11. плохо одетый (0,42)</li> <li>12. другого вероисповедания (0,41)</li> <li>13. иного социального происхождения (0,4)</li> <li>14. богатый (0,4)</li> </ol> | <p><b>Несходство интересов — 3,47%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. имеющий интересы, отличные от моих (0,70)</li> <li>2. имеющий интересы, противоречащие моим (0,64)</li> <li>3. с восприятием мира, отличным от моего (0,63)</li> <li>4. имеющий жизненные цели, отличные от моих (0,57)</li> <li>5. имеющий жизненные цели, противоречащие моим (0,54)</li> <li>6. любящий соревноваться (0,4)</li> <li>7. иного социального происхождения (0,35)</li> <li>8. конфликтующий с окружающими (0,33)</li> </ol> |
| 6 | <p><b>Трудность общения (неуравновешенность) — 3,01%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. болтливый (0,66)</li> <li>2. импульсивный (0,61)</li> <li>3. любящий соревноваться (0,57)</li> <li>4. открытый (0,39)</li> <li>5. любопытный (0,37)</li> <li>6. веселый (0,32)</li> </ol>   | <p><b>Безнравственность — 2,94%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. нетерпимый к людям (0,77)</li> <li>2. несправедливый (0,72)</li> <li>3. безответственный (0,69)</li> <li>4. конкурирующий со мной (0,37)</li> <li>5. ненадежный (0,35)</li> </ol>  | <p><b>Легкость общения (уравновешенность) — 3,1%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. неболтливый (0,61)</li> <li>2. образованный (0,61)</li> <li>3. искренний (0,58)</li> <li>4. молчаливый (0,56)</li> <li>5. сдержанный (0,49)</li> <li>6. любимый (0,48)</li> <li>7. непосредственный (0,44)</li> <li>8. степенный (0,4)</li> </ol>   |

|    |   |   |  |
|----|---|---|--|
| 7  | <p><b>Неудачливость — 2,74%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ненаходчивый (0,6)</li> <li>2. необразованный (0,58)</li> <li>3. нелюбопытный (0,55)</li> <li>4. неорганизованный (0,51)</li> <li>5. неопрятный (0,35)</li> <li>6. робкий (0,33)</li> </ol>   | <p><b>Легкость общения и взаимодействия (уравновешенность) — 2,65%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. очень спокойный (0,44)</li> <li>2. молчаливый (0,4)</li> <li>3. степенный (0,4)</li> <li>4. импульсивный (- 0,33)</li> <li>5. болтливый (- 0,33)</li> <li>6. слабый (0,32)</li> </ol>  | <p><b>Трудность взаимодействия — 2,7%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. имеющий жизненные цели, как у меня (0,46)</li> <li>2. невежливый (0,44)</li> <li>3. плохо одетый (0,42)</li> <li>4. хвастливый (0,38)</li> <li>5. агрессивный (0,37)</li> <li>6. непредсказуемый (- 0,35)</li> <li>7. расчетливый (0,32)</li> <li>8. необразованный (0,32)</li> </ol>    |
| 8  | <p><b>Трудность взаимодействия (суетливость) — 2,61%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. суетливый (0,78)</li> <li>2. хвастливый (0,50)</li> <li>3. пассивный (0,41)</li> <li>4. безучастный (0,39)</li> </ol>  | <p><b>Несходство интересов — 2,47%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. имеющий жизненные цели, противоречащие моим (0,70)</li> <li>2. имеющий интересы, противоречащие моим (0,62)</li> <li>3. имеющий жизненные цели, отличные от моих (0,60)</li> <li>4. с восприятием мира, отличным от моего (0,57)</li> <li>5. скрытный (0,54)</li> <li>6. нелюбимый (0,52)</li> </ol> | <p><b>Внешние признаки неблагополучного человека -2,6%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. безучастный (0,54)</li> <li>2. некрасивый (0,54)</li> <li>3. иного социального происхождения (0,50)</li> <li>4. необаятельный (0,49)</li> <li>5. суетливый (0,49)</li> <li>6. угрюмый (0,47)</li> <li>7. нелюбопытный (0,43)</li> <li>8. плохо одетый (0,33)</li> </ol> |
| 9  | <p><b>Зависимость — 2,4%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. зависимый от других (0,73)</li> <li>2. неорганизованный (0,34)</li> </ol>  | <p><b>Трудность взаимодействия — 2,37%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. расчетливый (0,57)</li> <li>2. конкурирует со мной (0,45)</li> <li>3. хитрый (0,4)</li> <li>4. борющийся за справедливость (0,4)</li> <li>5. хвастливый (0,35)</li> <li>6. глупый (0,34)</li> <li>7. находчивый (0,34)</li> <li>8. лживый (0,33)</li> </ol>                                      | <p><b>Социальные признаки «чужого» человека — 2,44%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. другого вероисповедания (0,63)</li> <li>2. другой национальности (0,61)</li> <li>3. принадлежит к другой социальной группе (0,55)</li> <li>3. имеющий жизненные цели, как у меня (0,46)</li> <li>4. воспринимающий мир как я (0,43)</li> </ol>                             |
| 10 | <p><b>Конфликтность, конкурентность — 2,33%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. конфликтует с окружающими (0,74)</li> <li>2. глупый (0,68)</li> <li>3. конкурирующий со мной (0,58)</li> <li>4. хвастливый (0,4)</li> <li>5. имеющий интересы, противоречащие моим (0,36)</li> <li>6. любящий соревноваться (0,31)</li> </ol> | <p><b>Внешние признаки неблагополучного человека — 2,19%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. неопрятный (0,56)</li> <li>2. агрессивный (0,33)</li> <li>3. необаятельный (0,31)</li> <li>4. неорганизованный (0,34)</li> </ol>   | <p><b>Уверенность — 2,42%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. надеющийся на себя (0,68)</li> <li>2. принципиальный (0,68)</li> <li>3. любящий стабильность (0,52)</li> <li>4. любящий соревноваться (0,49)</li> <li>5. непосредственный (0,38)</li> <li>6. рациональный (0,31)</li> <li>7. борющийся за справедливость (0,35)</li> </ol>                           |

Факторы **доверия** личности другим людям (цифрами указаны процент объясняемой дисперсии и факторные нагрузки).

|   | <b>Факторы доверия<br/>незнакомому чело-<br/>веку -64,32%</b>   | <b>Факторы доверия<br/>знакомому человеку<br/>– 60,09%</b>   | <b>Факторы доверия<br/>близкому человеку<br/>– 62,86%</b>  |
|---|---|--|--|
| 1 | <p><b>Смелость, обя-<br/>ние, активность,<br/>сила («Сила доб-<br/>ра») – 30,1%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. смелый (0,81)</li> <li>2. обаятельный (0,81)</li> <li>3. вежливый (0,81)</li> <li>4. сильный (0,79)</li> <li>5. хорошо одетый (0,79)</li> <li>6. авторитетный (0,75)</li> <li>7. сдержанный (0,74)</li> <li>8. активный (0,73)</li> <li>9. образованный (0,71)</li> </ol> | <p><b>Наличие близкой<br/>жизненной позиции –<br/>25,78%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. имеющий широкий круг интересов (0,79)</li> <li>2. организованный (0,77)</li> <li>3. независимый (0,77)</li> <li>4. находчивый (0,74)</li> <li>5. любящий стабильность (0,71)</li> <li>6. рациональный (0,70)</li> <li>7. участливый (0,69)</li> <li>8. имеющий жизненные цели как у меня (0,69)</li> <li>9. искренний (0,68)</li> <li>10. воспринимающий мир как я (0,68)</li> <li>11. надеется на себя (0,66)</li> </ol> | <p><b>Зависимость, пас-<br/>сивность, слабость –<br/>34,78%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. зависимый от других (0,78)</li> <li>2. угрюмый (0,78)</li> <li>3. пассивный (0,77)</li> <li>4. хвастливый (0,76)</li> <li>5. безучастный (0,76)</li> <li>6. любопытный (0,72)</li> <li>7. слабый (0,71)</li> <li>8. суетливый (0,70)</li> </ol>  |
| 2 | <p><b>Пассивность,<br/>зависимость, сла-<br/>бость – 9,07%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. пассивный (0,76)</li> <li>2. безучастный (0,76)</li> <li>3. угрюмый (0,73)</li> <li>4. зависимый от других (0,59)</li> <li>5. слабый (0,56)</li> </ol>   | <p><b>Неудачливость –<br/>10,73%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ненаходчивый (0,74)</li> <li>2. неавторитетный (0,70)</li> <li>3. робкий (0,69)</li> <li>4. пассивный (0,67)</li> <li>5. необразованный (0,66)</li> <li>6. импульсивный (0,66)</li> <li>7. необаятельный (0,66)</li> <li>8. неорганизованный (0,64)</li> <li>9. некрасивый (0,64)</li> <li>10. угрюмый (0,63)</li> <li>11. скрытный (0,61)</li> <li>12. плохо одетый (0,60)</li> </ol>  | <p><b>Наличие близкой<br/>жизненной позиции –<br/>9,05%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. непосредственный (0,76)</li> <li>2. имеющий широкий круг интересов (0,73)</li> <li>3. имеющий жизненные цели, как у меня (0,73)</li> <li>4. надеется на себя (0,72)</li> <li>5. воспринимающий мир, как я (0,72)</li> <li>6. искренний (0,71)</li> <li>7. рациональный (0,69)</li> <li>8. независимый (0,69)</li> <li>9. организованный (0,66)</li> <li>10. имеющий жизненные цели, отличные от моих (0,53)</li> </ol> |

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| 3 | <p><b>Трудность общения (нерасположенность) — 4,84%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. невежливый (0,78)</li> <li>2. скрытный (0,75)</li> <li>3. необаятельный (0,46)</li> <li>4. необразованный (0,44)</li> <li>5. ненаходчивый (0,43)</li> <li>6. неавторитетный (0,41)</li> <li>7. глупый (0,4)</li> <li>8. имеющий интересы, противоречащие моим (0,39)</li> <li>9. неорганизованный (0,39)</li> </ol>  | <p><b>Конкурентность, конфликтность — 4,46%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. любящий соревноваться (0,74)</li> <li>2. конкурирующий со мной (0,68)</li> <li>3. имеющий интересы, противоречащие моим (0,65)</li> <li>4. конфликтующий с окружающими (0,61)</li> <li>5. рискованный (0,54)</li> </ol> | <p><b>Социальные признаки «чужого» человека — 4,32%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. принадлежащий к враждебной социальной группе (0,76)</li> <li>2. другой национальности (0,61)</li> <li>3. иного социального происхождения (0,59)</li> <li>4. принадлежащий к другой социальной группе (0,58)</li> <li>5. другого вероисповедания (0,57)</li> <li>6. имеющий жизненные цели, противоречащие моим (0,46)</li> <li>7. конкурирующий со мной (0,45)</li> <li>8. с восприятием мира, отличным от моего (0,38)</li> </ol> |
| 4 | <p><b>Трудность взаимодействия — 4,11%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. любопытный (0,66)</li> <li>2. принадлежащий к другой социальной группе (0,60)</li> <li>3. полезный мне (0,53)</li> <li>4. другого вероисповедания (0,52)</li> <li>5. молчаливый (0,51)</li> <li>6. зависящий от меня (0,49)</li> <li>7. неавторитетный (0,33)</li> <li>8. суетливый (0,32)</li> <li>9. имеющий другие интересы (0,31)</li> <li>10. другой национальности (0,3)</li> </ol> | <p><b>Безнравственность — 3,77%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. лживый (0,67)</li> <li>2. нетерпимый к людям (0,49)</li> <li>3. пассивный (0,45)</li> <li>4. открытый (— 0,45)</li> <li>5. принципиальный (0,4)</li> <li>6. несправедливый (0,38)</li> <li>7. безответственный (0,34)</li> </ol>    | <p><b>Трудность взаимодействия — 2,98%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. нелюбопытный (0,66)</li> <li>2. невежливый (0,61)</li> <li>3. неорганизованный (0,53)</li> <li>4. плохо одетый (0,52)</li> <li>5. очень спокойный (0,51)</li> <li>6. необаятельный (0,47)</li> <li>7. другого вероисповедания (0,47)</li> <li>8. неболтливый (0,46)</li> <li>9. степенный (0,45)</li> <li>10. зависящий от меня (0,45)</li> <li>11. неавторитетный (0,44)</li> <li>12. робкий (0,41)</li> <li>13. скрытный (0,41)</li> </ol>    |



|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| 5 | <p><b>Конфликтность — 3,31%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. конфликтующий с окружающими (0,81)</li> <li>2. болтливый (0,57)</li> <li>3. зависимый от других (0,38)</li> <li>4. надеющийся на интуицию (0,37)</li> <li>5. глупый (0,32)</li> </ol>   | <p><b>Опрятность, обаяние, активность, смелость («Сила добра») — 3,18%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. опрятный (0,75)</li> <li>2. неагрессивный (0,70)</li> <li>3. образованный (0,68)</li> <li>4. авторитетный (0,46)</li> <li>5. хорошо одетый (0,42)</li> <li>6. обаятельный (0,40)</li> <li>7. вежливый (0,33)</li> <li>8. смелый (0,39)</li> <li>9. активный (0,34)</li> </ol> | <p><b>Легкость общения и взаимодействия — 2,79%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. скромный (0,65)</li> <li>2. сдержанный (0,36)</li> <li>3. некрасивый (0,32)</li> <li>4. хорошо одетый (0,31)</li> <li>5. бедный (0,31)</li> </ol>   |
| 6 | <p><b>Внешние признаки неблагополучного или «чужого» человека — 3,1%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. плохо одетый (0,76)</li> <li>2. некрасивый (0,72)</li> <li>3. неорганизованный (0,57)</li> <li>4. другого вероисповедания (0,46)</li> <li>5. другой национальности (0,40)</li> <li>6. иного социального происхождения (0,44)</li> <li>7. бедный (0,42)</li> <li>8. богатый (0,31)</li> <li>9. принадлежащий к другой социальной группе (0,32)</li> </ol> | <p><b>Признаки «чужого» человека — 2,77%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. безответственный (0,59)</li> <li>2. принадлежащий к другой социальной группе (0,57)</li> <li>3. другого вероисповедания (0,57)</li> <li>4. несправедливый (0,52)</li> <li>5. гиперответственный (0,50)</li> </ol>   | <p><b>Образованность, обаяние, активность, смелость («Сила добра») — 2,58%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. образованный (0,80)</li> <li>2. веселый (0,64)</li> <li>3. вежливый (0,64)</li> <li>4. неагрессивный (0,59)</li> <li>5. обаятельный (0,56)</li> <li>6. опрятный (0,55)</li> <li>7. смелый (0,53)</li> <li>8. сильный (0,52)</li> <li>9. находчивый (0,50)</li> <li>10. открытый (0,49)</li> <li>11. авторитетный (0,48)</li> <li>12. полезный мне (0,47)</li> <li>13. активный (0,47)</li> <li>14. имеющий интересы, совпадающие с моими (0,46)</li> </ol> |
| 7 | <p><b>Помощь, поддержка — 2,79%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. помогает мне (0,70)</li> <li>2. бедный (0,55)</li> <li>3. очень спокойный (0,49)</li> <li>4. богатый (0,49)</li> </ol>  | <p><b>Трудность взаимодействия — 2,45%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. беспринципный (0,58)</li> <li>2. помогающий мне (- 0,49)</li> <li>3. скрытный (0,33)</li> <li>4. принадлежащий к враждебной социальной группе (0,37)</li> <li>5. развязный (0,36)</li> <li>6. с восприятием мира, отличным от моего (0,35)</li> </ol>   | <p><b>Нравственность — 2,21%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. гиперответственный (0,62)</li> <li>2. кристально честный (0,58)</li> <li>3. бесхитростный (0,44)</li> <li>4. борющийся за справедливость (0,4)</li> <li>5. терпимый к людям (0,39)</li> </ol>  |

|    |   |   |  |
|----|---|---|--|
| 8  | <p><b>Скрытое соперничество — 2,50%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. нелюбопытный ( - 0,60)</li> <li>2. любящий соревноваться (0,52)</li> <li>3. иного социального происхождения (0,48)</li> <li>4. имеющий интересы, противоречащие моим (0,41)</li> <li>5. очень спокойный ( - 0,32)</li> <li>6. очень красивый (0,30)</li> <li>7. богатый (0,30)</li> </ol> | <p><b>Несходство интересов — 2,42%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. имеющий другие интересы (0,65)</li> <li>2. предпочитающий компромисс (0,61)</li> <li>3. имеющий интересы, совпадающие с моими (0,45)</li> <li>4. имеющий интересы, противоречащие моим (0,34)</li> </ol> | <p><b>Конкурентность, конфликтность -2,13%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. предсказуемый (0,62)</li> <li>2. имеющий интересы, противоречащие моим (0,55)</li> <li>3. конкурирующий со мной (0,53)</li> <li>4. любящий соревноваться (0,52)</li> <li>5. глупый (0,51)</li> <li>6. хитрый (0,50)</li> <li>7. конфликтующий с окружающими (0,50)</li> </ol> |
| 9  | <p><b>Конкурентность, враждебность — 2,35%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. конкурирующий со мной (0,69)</li> <li>2. принадлежащий к враждебной социальной группе (0,67)</li> <li>3. импульсивный (0,41)</li> <li>4. суетливый (0,37)</li> <li>5. хвастливый (0,37)</li> </ol>   | <p><b>Надежность — 2,26%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. надежный (0,71)</li> <li>2. любимый (0,53)</li> <li>3. гиперответственный (0,48)</li> <li>4. нелюбимый (0,37)</li> <li>5. предсказуемый (0,34)</li> </ol>  | <p><b>Приязнь, надежность и поддержка — 2,02%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. любимый (0,76)</li> <li>2. надежный (0,54)</li> <li>3. помогающий мне (0,50)</li> </ol>  |
| 10 | <p><b>Несходство интересов — 2,15%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. предпочитающий компромисс (0,68)</li> <li>2. имеющий другие интересы (0,57)</li> <li>3. имеющий интересы, противоречащие моим (0,45)</li> <li>4. глупый (0,44)</li> </ol>  | <p><b>Предсказуемость — 2,07%</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. предсказуемый (0,58)</li> <li>2. надеющийся на интуицию (0,48)</li> <li>3. терпимый к недостаткам других людей (- 0,42)</li> <li>4. хитрый (- 0,39)</li> </ol>  | -  |

## ПРИЛОЖЕНИЕ 3

### АВТОРСКАЯ МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ СТРУКТУРЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ДИСТАНЦИИ (МОДИФИКАЦИЯ ДЛЯ ВЫБОРКИ СТУДЕНТОВ)

**Уважаемые друзья,** Вам предлагается перечень социальных групп: СЕМЬЯ( ), ДРУЗЬЯ( ), СТУДЕНТЫ МОЕЙ ГРУППЫ( ), СТУДЕНТЫ МОЕГО ФАКУЛЬТЕТА( ), СТУДЕНТЫ МОЕГО ИНСТИТУТА( ), РУКОВОДИТЕЛИ ИНСТИТУТА( ), ПРЕДСТАВИТЕЛИ ГОС. СТРУКТУР( ), ЛЮДИ ДРУГОЙ НАЦИОНАЛЬНОСТИ( ), ЛЮДИ ДРУГОГО ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ( ), ПРЕДСТАВИТЕЛИ ОБЩЕСТВА В ЦЕЛОМ( ).

Распределите эти группы на 4 категории по величине “психологической дистанции” по отношению к Вам, поставив в скобках номер категории: 1 — самые близкие, 4 — самые далекие. Оцените, пожалуйста, по отношению к представителю каждой категории степень согласия с приведенными ниже высказываниями по 5 балльной шкале, где:

|         |       |        |       |        |
|---------|-------|--------|-------|--------|
| 1       | 2     | 3      | 4     | 5      |
| НИКОГДА | РЕДКО | ИНОГДА | ЧАСТО | ВСЕГДА |

|  | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
| 1. У нас одинаковое восприятие мира                                      |   |   |   |   |
| 2. По отношению к нему я чувствую привязанность                          |   |   |   |   |
| 3. Я выяснил, что он надежен, особенно в тех случаях, что важны для меня |   |   |   |   |
| 4. Он всегда готов оказать мне поддержку                                 |   |   |   |   |
| 5. Между нами существует взаимопонимание                                 |   |   |   |   |
| 6. Он может оказать помощь в делах                                       |   |   |   |   |
| 7. Поведение этого человека соответствует моим ожиданиям                 |   |   |   |   |
| 8. Он непредсказуем  |   |   |   |   |
| 9. Нас связывает взаимный интерес  |   |   |   |   |
| 10. Испытываю чувство приязни, любви                                     |   |   |   |   |
| 11. Я могу положиться на его обещания                                    |   |   |   |   |
| 12. Мы принимаем друг друга такими, как есть                             |   |   |   |   |
| 13. У нас общие интересы   |   |   |   |   |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| 14. Он зависит от меня                              |  |  |  |  |
| 15. Я завишу от него                                |  |  |  |  |
| 16. Он контролирует мои действия                    |  |  |  |  |
| 17. Я имею возможность контролировать его поведение |  |  |  |  |
| 18. Нас связывают взаимные обязательства            |  |  |  |  |
| 19. Я чувствую ответственность перед ним            |  |  |  |  |
| 20. Между нами существует взаимопомощь              |  |  |  |  |
| 21. Он оказывает на меня большое влияние            |  |  |  |  |
| 22. Я испытываю к нему уважение                     |  |  |  |  |
| 23. Наши контакты носят вынужденный характер        |  |  |  |  |
| 24. Наши отношения формальны                        |  |  |  |  |
| 25. Я заинтересован во взаимодействии с ним         |  |  |  |  |
| 26. Он заинтересован во взаимодействии со мной      |  |  |  |  |

**Укажите, пожалуйста (обведите нужное):**

**Ваш пол:** М, Ж

**Возраст:** до 20л, 21-30л., 31-40л., 41-50л., св.50л.

**Образование:** Среднее, Незак. высш., Высшее.

**Профессия:**.....

Спасибо за помощь в исследовании!

## ПРИЛОЖЕНИЕ 4

### МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ДИСТАНЦИИ (МОДИФИКАЦИЯ ДЛЯ ВЫБОРКИ СОТРУДНИКОВ УВД, ВЫПОЛНЕННАЯ СОВМЕСТНО С О.С. КЛОЧКО)

УВАЖАЕМЫЕ СОТРУДНИКИ! Просим Вас принять участие в исследовании, которое проводит Институт психологии РАН. Анкеты анонимны, вся полученная информация будет использована только в научных целях.

Вам предлагается примерный перечень социальных групп. Пожалуйста, распределите их на 5 категорий **по величине «психологической дистанции»** с Вами, поставив напротив каждой группы номер категории: **1**-самые близкие; **2**-близкие; **3**-ни близкие, ни далекие; **4**-далекие; **5**-самые далекие.

|   |  |
|---|--|
| СЕМЬЯ   |  |
| ДРУЗЬЯ  |  |
| КОЛЛЕГИ МОЕГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ                         |  |
| СОТРУДНИКИ ДРУГИХ ПОДРАЗДЕЛЕНИИ                     |  |
| НАЧАЛЬНИКИ МОЕГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ                      |  |
| РУКОВОДСТВО УВД                                     |  |
| НАСЕЛЕНИЕ ГОРОДА (с кем я взаимодействую на службе) |  |
| ПРЕДСТАВИТЕЛИ «ГРУПП РИСКА»                         |  |
| МЕСТНАЯ АДМИНИСТРАЦИЯ                               |  |
| ПРЕДСТАВИТЕЛИ СУДЕБНЫХ ОРГАНОВ                      |  |
| ПРЕДСТАВИТЕЛИ МЧС                                   |  |
| ПРЕДСТАВИТЕЛИ ФСБ                                   |  |
| ПРЕДСТАВИТЕЛИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ   |  |
| ПРЕДСТАВИТЕЛИ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЕМ       |  |
| ПРЕДСТАВИТЕЛИ ЖЖХ                                   |  |
| ПРЕДСТАВИТЕЛИ НАЛОГОВОЙ ИНСПЕКЦИИ                   |  |
| ПРАВИТЕЛЬСТВО РФ                                    |  |

**Оцените, пожалуйста, по отношению к представителю каждой категории степень согласия с приведенными ниже высказываниями по 5 балльной шкале, где:**

|         |       |        |       |        |
|---------|-------|--------|-------|--------|
| 1       | 2     | 3      | 4     | 5      |
| НИКОГДА | РЕДКО | ИНОГДА | ЧАСТО | ВСЕГДА |

|  | Самые<br>близ-<br>кие<br>1 | Близ-<br>кие<br>2 | Ни близ-<br>кие, ни<br>далекие<br>3 | Да-<br>ле-<br>кие<br>4 | Самые<br>дале-<br>кие<br>5 |
|--|----------------------------|-------------------|-------------------------------------|------------------------|----------------------------|
| 1. Он надежен  |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 2. Поведение этого человека соответству-<br>ет моим ожиданиям (он предсказуем) |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 3. По отношению к нему я испытываю<br>чувство прязни                           |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 4. Мы принимаем друг друга такими, как<br>есть                                 |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 5. У нас общие интересы  |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 6. Он зависит от меня  |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 7. Я завишу от него  |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 8. Он контролирует мои действия  |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 9. Я имею возможность контролировать<br>его поведение                          |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 10. Я чувствую ответственность перед ним                                       |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 11. Между нами существует взаимопо-<br>мощь                                    |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 12. Я испытываю к нему уважение  |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 13. Наши контакты носят вынужденный<br>характер                                |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 14. Наши отношения формальны   |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 15. Я заинтересован во взаимодействии  |                            |                   |                                     |                        |                            |
| 16. Он заинтересован во взаимодействии   |                            |                   |                                     |                        |                            |

**Укажите, пожалуйста:**

**Возраст:** до 20 л., 21-30л., 31-40л., 41-50л., старше 50л.

**Семейное положение** \_\_\_\_\_

**Наличие детей** \_\_\_\_\_

**Стаж работы:** до 1 года, 2-3 года, 4-5 лет, 6-10 лет, 11-15лет, более 15 лет.

**Образование:** среднее общее, среднее-специальное, незакончен-  
ное высшее, высшее.

**Подразделение:** ДПС ГИБДД, патрульно-постовая служба, служ-  
ба участковых уполномоченных милиции.

**Спасибо за участие в исследовании!**

## ПРИЛОЖЕНИЕ 5

### МЕТОДИКА «ВЕРА В ЛЮДЕЙ» М. РОЗЕНБЕРГА<sup>1</sup>

**Уважаемые господа!** Просим Вас принять участие в исследовании, целью которого является изучение межличностного доверия. Анкеты анонимные, результаты будут использованы только в научных целях. Заранее благодарны за помощь!

Оцените по 5-балльной шкале свое согласие с приведенными ниже высказываниями. Обведите нужную цифру.

1. Некоторые говорят, что большинству людей можно доверять. Другие говорят, что следует быть очень осторожным когда имеешь дело с людьми. Что Вы думаете об этом?

1.....2.....3.....4.....5

Большинству людей Следует быть предельно  
можно доверять осторожным

2. Можете ли Вы сказать, что большинство людей более склонны помогать другим или более склонны заботиться только о себе?

1.....2.....3.....4.....5

Помогают другим Заботятся только о себе

3. Если не уследишь, люди воспользуются твоим преимуществом.

1.....2.....3.....4.....5

Верно Неверно

4. Никто не намерен брать на себя ответственность за то что с тобой случится, хотя видят к чему ты идешь.

1.....2.....3.....4.....5

Верно Неверно

5. Человек по своей природе склонен к сотрудничеству.

1.....2.....3.....4.....5

Верно Неверно

---

1 Источник: Measures of personality and Social Psychological Attitudes. Volume 1 of Measures of Social Psychological Attitudes / Ed. J.P. Robinson, P.R. Shaver, L.S. Wrightsman. San Diego, NY, Boston: Academic Press, 1991. 753p.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 6

### ИНВЕСТИЦИОННАЯ ИГРА ДЛЯ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ ДОВЕРИЯ<sup>1</sup>

#### Письменное описание эксперимента

Пожалуйста, вообразите следующую ситуацию:

1.) Игрок А выбирает между действиями  $p$  или  $v$ .

2. a) Если игрок А выбирает  $p$  тогда, отношение между игроками А и В закончено. Оба получают 4 единицы денег (Дженерал Электрик).

2. b) Если игрок А выбирает действие  $v$ , тогда игрок В может выбрать между  $k$  или  $a$ .

последствие  $k$ : 12 единиц денег для А, 6 единиц денег для В

последствие  $a$ : -2 единицы денег для А, 8 единиц денег для В

Дерево игры:

Решение игрока А                   $n$ :  $\left[ \begin{array}{l} 4 \text{ € } \text{ for } A \\ 4 \text{ € } \text{ for } B \end{array} \right]$

Решение игрока В  $v$ :

$k$                                    $a$

$$\left[ \begin{array}{l} 2 \text{ € } \text{ for } A \\ b \text{ € } \text{ for } B \end{array} \right] \left[ \begin{array}{l} -2 \text{ € } \text{ for } A \\ 8 \text{ € } \text{ for } B \end{array} \right]$$


---

<sup>1</sup> Источник: Bolle F, Kaehler J. Meta-Studies May be Misleading - the Case of Coleman's Hypothesis on Trusting Behavior // Absurdity in the Economy. 30<sup>th</sup> Annual Congress IAREP, 2005.



## ПРИЛОЖЕНИЕ 7

### МЕТОДИКА МЕЖЛИЧНОСТНОГО ДОВЕРИЯ Р. ЛЕВИЦКИ, М. СТИВЕНСОН И Б. БАНКЕР<sup>1</sup>

Уважаемые господа, Вашему вниманию предлагается шкала доверия. Просим Вас оценить свои отношения с “человеком, которому я доверяю больше всего” и с “человеком, который не оправдал доверия”. Оцените, пожалуйста, свое отношение к двум выбранным Вами людям по пятибалльной шкале, где: **1** — “**совершенно не соответствует** моим отношениям с этим человеком” и **5** — “**полностью соответствует** моим отношениям с этим человеком”, запишите соответствующие цифры в предлагаемые две колонки таблицы:

| Суждение  | Человек, которому я доверяю больше всего | Человек, который не оправдал доверия |
|---|--|--------------------------------------|
| 1. Поведение этого человека соответствует моим ожиданиям                                |  |                                      |
| 2. Он хочет создать себе репутацию человека, выполняющего свои обещания и обязательства |  |                                      |
| 3. Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его              |  |                                      |
| 4. Этот человек делает то, что он обещал  |  |                                      |
| 5. Я слышан от других людей о его хорошей репутации                                     |  |                                      |
| 6. У меня есть достаточный опыт общения с этим человеком                                |  |                                      |
| 7. Мне кажется, что я хорошо знаю его   |  |                                      |
| 8. Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение                       |  |                                      |
| 9. Пожалуй, я всегда смог бы предсказать его реакцию                                    |  |                                      |
| 10. У нас с ним общие интересы  |  |                                      |
| 11. У нас – одни и те же жизненные ценности   |  |                                      |
| 12. Мои и его задачи совпадают  |  |                                      |
| 13. Этот человек и я преследуем одни и те же цели                                       |  |                                      |
| 14. Я знаю, что он поступит так же, как я поступил бы на его месте                      |  |                                      |
| 15. Мы с ним отстаиваем одни и те же принципы   |  |                                      |

1 Источник: Lewicky R.J., Stevenson M., Bunker B.B. The three components of interpersonal trust: instrument development and differences across relationships // The Ohio State University: WPS. Feb. 1997.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 8

### АВТОРСКАЯ МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ДОВЕРИЯ/НЕДОВЕРИЯ ЛИЧНОСТИ ДРУГИМ ЛЮДЯМ

**Уважаемые господа,** Вашему вниманию предлагается методика оценки доверия/недоверия личности другим людям. Оцените, пожалуйста, степень согласия с приведенными ниже высказываниями по отношению к человеку которому Вы доверяете больше всего (**Д**) и по отношению к человеку, который утратил Ваше доверие (**НД**) по 5-балльной шкале, где:

|                          |                       |                         |                    |                       |
|--------------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------|-----------------------|
| 1                        | 2                     | 3                       | 4                  | 5                     |
| полностью<br>не согласен | скорее не<br>согласен | затрудняюсь<br>ответить | скорее<br>согласен | полностью<br>согласен |

Проставьте в таблице нужные цифры.

|   | Д | НД |
|---|---|----|
| 1. Я выяснил, что он надежен, особенно в тех случаях, что важны для меня.                 |   |    |
| 2. У нас одинаковое восприятие мира.  |   |    |
| 3. Мне кажется, я хорошо знаю его.  |   |    |
| 4. По отношению к нему я испытываю приязнь.   |   |    |
| 5. Он хочет создать себе репутацию человека, выполняющего свои обещания.                  |   |    |
| 6. К сожалению, он не понимает, что ему выгодно выполнить свои обязательства передо мной. |   |    |
| 7. Он всегда придет на помощь, если моим интересам что-то угрожает.                       |   |    |
| 8. Мы с ним отстаиваем одни и те же принципы.   |   |    |
| 9. Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение.                        |   |    |
| 10. Он мне очень нравится.  |   |    |
| 11. Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его.              |   |    |
| 12. По отношению к нему я чувствую неприязнь.   |   |    |
| 13. Он всегда готов предложить мне поддержку.   |   |    |
| 14. У нас с ним общие интересы.   |   |    |
| 15. Я обычно знаю, как он поступит в определенной ситуации.                               |   |    |
| 16. Я люблю этого человека.   |   |    |
| 17. Он осознает, что если обманет доверие, то потеряет больше, чем выиграет.              |   |    |
| 18. Он ненадежен.   |   |    |
| 19. Я плохо знаю этого человека.  |   |    |
| 20. Он непредсказуем.   |   |    |

**Укажите пожалуйста:**

**Ваш пол:** М, Ж. **Возраст:** до 20л., 21-30л., 31-40л., 41-50л., св.50л.

**Образование:** Среднее, Незак. высш., Высшее.

**Профессия:**.....

Спасибо за помощь в исследовании!

Ключ к методике:

| Шкала             | № вопросов        |     |     |     |     |  |
|-------------------|-------------------|-----|-----|-----|-----|--|
|                   | Надежность Д и НД | 1,  | 7,  | 13, |     |  |
| Единство Д и НД   | 2,                | 8,  | 14, |     |     |  |
| Знание Д и НД     | 3,                | 9,  | 15, |     |     |  |
| Приязнь Д и НД    | 4,                | 10, | 16, |     |     |  |
| Расчет Д и НД     | 5,                | 11, | 17, |     |     |  |
| Недостатки Д и НД | 6,                | 12, | 18, | 19, | 20. |  |

## ПРИЛОЖЕНИЕ 9

### РЕФЛЕКСИВНЫЙ ОПРОСНИК УРОВНЯ ДОВЕРИЯ К СЕБЕ (МОДИФИКАЦИЯ ОПРОСНИКА Т.П. СКРИПКИНОЙ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ)

**Инструкция:** Перед Вами перечень жизненнозначимых для человека сфер. Отметьте галочкой в пустых клетках, насколько Вы доверяете себе в каждой из перечисленных жизненных сфер. Оценивайте сферы по порядку, не пропуская ни одной из них.

Укажите, пожалуйста, Ваши:

Пол \_\_\_\_\_, Возраст \_\_\_\_\_, Класс \_\_\_\_\_

| №  | Сферы жизнедеятельности                                      | Полностью доверяю себе | Скорее доверяю себе | Доверяю себе частично | Не доверяю себе частично | Скорее не доверяю себе | Полностью не доверяю себе |
|----|--|------------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|------------------------|---------------------------|
| 1  | В учебной деятельности                                       |                        |                     |                       |                          |                        |                           |
| 2  | В интеллектуальной деятельности                              |                        |                     |                       |                          |                        |                           |
| 3  | В решении бытовых проблем                                    |                        |                     |                       |                          |                        |                           |
| 4  | В умении строить взаимоотношения с друзьями                  |                        |                     |                       |                          |                        |                           |
| 5  | В умении строить взаимоотношения с учениками младших классов |                        |                     |                       |                          |                        |                           |
| 6  | В умении строить взаимоотношения с учителями                 |                        |                     |                       |                          |                        |                           |
| 7  | В умении строить взаимоотношения в семье                     |                        |                     |                       |                          |                        |                           |
| 8  | В умении строить взаимоотношения с маленькими детьми         |                        |                     |                       |                          |                        |                           |
| 9  | В умении строить взаимоотношения с родителями                |                        |                     |                       |                          |                        |                           |
| 10 | В умении нравиться представителям противоположного пола      |                        |                     |                       |                          |                        |                           |
| 11 | В умении интересно провести досуг                            |                        |                     |                       |                          |                        |                           |

## ПРИЛОЖЕНИЕ 10

### АВТОРСКАЯ МЕТОДИКА ДОВЕРИЯ/НЕДОВЕРИЯ ЛИЧНОСТИ МИРУ, ДРУГИМ ЛЮДЯМ, СЕБЕ

**Уважаемые дамы и господа!** Мы проводим исследование, целью которого является изучение доверия и недоверия. Результаты исследования будут использованы в обобщенном виде только в научных целях. Заранее благодарны Вам за помощь!

Внимательно прочитайте утверждения и оцените степень своего согласия/несогласия с каждым утверждением, используя следующую шкалу:

1                                  2                                  3                                  4                                  5  
не верно                      скорее не верно              частично не верно          скорее верно                  верно

| N  | Утверждение   | Баллы |
|----|---|-------|
| 1  | Я доверяю себе в умении строить взаимоотношения с близкими людьми                                       |       |
| 2  | Объекты и явления окружающего мира меня мало волнуют  |       |
| 3  | Большинство людей более склонны помогать другим   |       |
| 4  | Я доверяю себе в умении отличить «хорошее» от «плохого»   |       |
| 5  | Окружающий мир является для меня источником опасности   |       |
| 6  | Я доверяю себе в умении ориентироваться в критической ситуации  |       |
| 7  | Если не уследишь, люди воспользуются твоим преимуществом  |       |
| 8  | Человек по своей природе склонен к сотрудничеству   |       |
| 9  | Я доверяю себе в умении прогнозировать поступки других людей  |       |
| 10 | Следует быть очень осторожным, когда имеешь дело с людьми   |       |
| 11 | Я стараюсь тесно взаимодействовать с окружающим миром   |       |
| 12 | Никто не намерен брать на себя ответственность за то, что с тобой случится, хотя видят, к чему ты идешь |       |
| 13 | Я доверяю себе в умении уступить, если необходимо   |       |
| 14 | Я доверяю себе в умении признавать свои ошибки  |       |
| 15 | Другие люди говорят, что от окружающего мира не приходится ждать ничего хорошего                        |       |

**Укажите, пожалуйста, Ваш:**

**Пол:** мужской; женский.

**Возраст:** \_\_\_\_\_

**Образование:** среднее; незак. высшее; высшее

**Вид деятельности:** учеба (класс, курс) \_\_\_\_\_

**и (профессия, должность) \_\_\_\_\_**

**СПАСИБО ЗА СОТРУДНИЧЕСТВО!**



- достаточно богатых людей
- на людей со средним уровнем достатка
- на всех людей, независимо от уровня их материального достатка
- затрудняюсь ответить

8. «Больше всего мне нравится реклама ...» (выберите один из пунктов):

- по телевидению
- по радио
- в газетах и журналах
- на улицах города, где я живу
- затрудняюсь ответить

9. «Если мне нужно купить какую-либо вещь, то я ...» (выберите один из пунктов):

- сразу же обращаюсь к рекламе в газетах (по ТВ, по радио и т. д.)
- обращаюсь к друзьям
- просто иду в знакомый магазин
- затрудняюсь ответить

10. «Когда я смотрю рекламу по телевидению (или слушаю ее по радио), то у меня возникает желание записать номер телефона или адрес фирмы, которая рекламирует товар ...» (выберите один из пунктов):

- очень часто (больше, чем 1 раз в день)
- иногда (больше, чем 1 раз в неделю)
- очень редко (меньше, чем 1 раз в месяц)
- никогда
- затрудняюсь ответить
- собственный вариант ответа \_\_\_\_\_

11. «В течение прошлого года только благодаря рекламе я покупал какие-то вещи в магазинах или пользовался услугами организаций и фирм ...» (выберите один из пунктов):

- очень часто (больше, чем 1 раз в день)
- иногда (больше, чем 1 раз в неделю)
- очень редко (меньше, чем 1 раз в месяц)
- никогда (ни разу за год)
- затрудняюсь ответить
- собственный вариант ответа \_\_\_\_\_





## ПРИЛОЖЕНИЕ 13

### **МЕТОДИКА ДОВЕРИЯ/НЕДОВЕРИЯ ЛИЧНОСТИ РЕКЛАМНЫМ ПЕРСОНАЖАМ (МОДИФИКАЦИЯ МЕТОДИКИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ/ НЕПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕКЛАМНЫХ ПЕРСОНАЖЕЙ А. Б. КУПРЕЙЧЕНКО И Л. А. МИНИНОЙ)**

Уважаемые господа! Институт Психологии РАН проводит исследование, посвященное изучению доверия и недоверия рекламным персонажам. Предлагаем Вам принять участие в этом исследовании. Анкета анонимна, вся полученная информация будет использована только в научных целях. Спасибо за сотрудничество!

а) Пожалуйста, вспомните и опишите два запомнившихся Вам персонажа телевизионной рекламы, которые вызывают Ваше доверие.

Персонаж А: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Являетесь ли Вы потребителем рекламируемого товара (услуги)?

\_\_\_\_\_ Почему? \_\_\_\_\_

Персонаж Б: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Являетесь ли Вы потребителем рекламируемого товара (услуги)?

\_\_\_\_\_ Почему? \_\_\_\_\_

б) Вспомните и опишите два запомнившихся Вам персонажа телевизионной рекламы, которые у Вас вызывают недоверие.

Персонаж В: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Являетесь ли Вы потребителем рекламируемого товара (услуги)?

\_\_\_\_\_ Почему? \_\_\_\_\_

Персонаж Г: \_\_\_\_\_

Являетесь ли Вы потребителем рекламируемого товара (услуги)?

Почему? \_\_\_\_\_

2. В приведенной ниже таблице необходимо указать черты характера, которыми, на Ваш взгляд, могут обладать указанные Вами рекламные персонажи.

Персонажи, вызывающие доверие:

| № | Черты характера персонажа А | Черты характера персонажа Б |
|---|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 |                             |                             |
| 2 |                             |                             |
| 3 |                             |                             |
| 4 |                             |                             |
| 5 |                             |                             |

Персонажи, вызывающие недоверие:

| № | Черты характера персонажа В | Черты характера персонажа Г |
|---|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 |                             |                             |
| 2 |                             |                             |
| 3 |                             |                             |
| 4 |                             |                             |
| 5 |                             |                             |

3. Оцените, пожалуйста, выбранные Вами рекламные персонажи по предложенным ниже качествам. Вашему вниманию предлагается список из 23 качеств, заданных двумя противоположными свойствами. Вам нужно оценить степень выраженности каждого из предложенных качеств у каждого из четырех выбранных Вами рекламных персонажей. Оценку необходимо производить по 7-балльной шкале, где:

1 – сильнее выражено свойство, которое находится на левом полюсе шкалы;

7 – сильнее выражено свойство, которое находится на правом полюсе шкалы.

Напротив каждого качества в специально отведенных для этого столбцах поставьте цифру, соответствующую Вашей оценке данного

качества у каждого рекламного персонажа.

| 1 балл            | 7 баллов         | Персонажи |   |   |   |
|-------------------|------------------|-----------|---|---|---|
|                   |                  | А         | Б | В | Г |
| Далекий           | Близкий          |           |   |   |   |
| Чужой             | Свой             |           |   |   |   |
| Бесхитростный     | Хитрый           |           |   |   |   |
| Противник         | Сторонник        |           |   |   |   |
| Инакомыслящий     | Единомышленник   |           |   |   |   |
| Покладистый       | Упрямый          |           |   |   |   |
| Обидчик           | Защитник         |           |   |   |   |
| Непрактичный      | Практичный       |           |   |   |   |
| Безнравственный   | Нравственный     |           |   |   |   |
| Лживый            | Правдивый        |           |   |   |   |
| Уступающий        | Превосходящий    |           |   |   |   |
| Враждебный        | Дружественный    |           |   |   |   |
| Отталкивающий     | Располагающий    |           |   |   |   |
| Глупый            | Умный            |           |   |   |   |
| Ленивый           | Трудолюбивый     |           |   |   |   |
| Слабый            | Сильный          |           |   |   |   |
| Равнодушный       | Увлеченный       |           |   |   |   |
| Злой              | Добрый           |           |   |   |   |
| Без чувства юмора | С чувством юмора |           |   |   |   |
| Простодушный      | Расчетливый      |           |   |   |   |
| Ненадежный        | Надежный         |           |   |   |   |
| Непредсказуемый   | Предсказуемый    |           |   |   |   |
| Неприятный        | Приятный         |           |   |   |   |

Укажите, пожалуйста, Ваш пол \_\_\_\_\_ и возраст \_\_\_\_\_.  
 Благодарим за сотрудничество!

## ПРИЛОЖЕНИЕ 14

### МЕТОДИКА «ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В РЕКЛАМЕ» А.Б. КУПРЕЙЧЕНКО И А. ЛЕЙКИНОЙ.

Уважаемые господа, приглашаем Вас принять участие в исследовании женского образа в рекламе.

1. Вашему вниманию представляется два списка качеств (№ I и № II). Вам предлагается оценить степень выраженности нижеприведённых качеств у девушки, которую Вы представляете себе как наиболее подходящую для рекламы таких категорий товара как: одежда, сигареты, косметика и бытовая техника; То есть у девушки, которая идеально подходит для рекламы этой группы товаров.

Оценку производите по 5-балльной шкале, где:

- 1 - у девушки выражено только качество из списка I
- 2 - у девушки более выражено качество из списка I, чем качество из списка II
- 3 - у девушки качества из списка I и II выражены одинаково
- 4 - у девушки более выражено качество из списка II, чем качество из списка I
- 5 - у девушки выражено только качество из списка II

| Качества списка I | Баллы |   |   |   |   | Качества списка II |
|-------------------|-------|---|---|---|---|--------------------|
| Боязливая         | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Храбрая            |
| Добрая            | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Злая               |
| Женственная       | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Мужественная       |
| Зависимая         | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Свободная          |
| Эмоциональная     | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Рациональная       |
| Мягкая            | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Неуступчивая       |
| Мягкосердечная    | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Чёрствая           |
| Нежная            | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Грубая             |
| Привлекательная   | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Отталкивающая      |
| Приятная          | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Неприятная         |
| Покорная          | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Строптивая         |
| Слабая            | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Сильная            |
| Спокойная         | 1     | 2 | 3 | 4 | 5 | Тревожная          |

|                |   |   |   |   |   |                |
|----------------|---|---|---|---|---|----------------|
| Чувствительная | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Бесчувственная |
| Энергичная     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Пассивная      |
| Броская        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Невзрачная     |

2. Вашему вниманию представляется два списка качеств (№ I и № II) и **20 цветных женских изображений**. Вам предлагается оценить степень выраженности нижеприведённых качеств у каждой из девушек, изображенных на фотографиях. Оценку производите по 5-балльной шкале, где:

1 - у девушки на фотографии выражено только качество из списка I

2 - у девушки на фотографии более выражено качество из списка I, чем качество из списка II

3 - у девушки на фотографии качества из списка I и II выражены одинаково

4 - у девушки на фотографии более выражено качество из списка II, чем качество из списка I

5 - у девушки на фотографии выражено только качество из списка II

Укажите, пожалуйста, Ваш пол \_\_\_\_\_ и возраст \_\_\_\_\_

Благодарим за сотрудничество!

| Качества          |                    | Номер фотографий |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
|-------------------|--------------------|------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--|
| Качества списка I | Качества списка II | 1                | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |  |
| Боязливая         | Храбрая            |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Добрая            | Злая               |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Женственная       | Мужественная       |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Зависимая         | Свободная          |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Эмоциональная     | Рациональная       |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Мягкая            | Неуступчивая       |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Мягкосердечная    | Чёрствая           |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Нежная            | Грубая             |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Привлекательная   | Отталкивающая      |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Приятная          | Неприятная         |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Покорная          | Строгивая          |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Слабая            | Сильная            |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Спокойная         | Тревожная          |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Чувствительная    | Бесчувственная     |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Энергичная        | Пассивная          |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |
| Броская           | Незрачная          |                  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |  |

## ПРИЛОЖЕНИЕ 15

### АВТОРСКАЯ МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ДОВЕРИЯ/НЕДОВЕРИЯ СОТРУДНИКА КОЛЛЕГАМ И РУКОВОДИТЕЛЯМ ОРГАНИЗАЦИИ

**Инструкция:** Оцените, пожалуйста, степень согласия с приведенными ниже утверждениями по отношению к Вашим коллегам (**К**) и по отношению к Вашему руководителю (**Р**) 5 балльной шкале, где:

|                          |                       |                         |                    |                       |
|--------------------------|-----------------------|-------------------------|--------------------|-----------------------|
| 1                        | 2                     | 3                       | 4                  | 5                     |
| полностью<br>не согласен | скорее не<br>согласен | затрудняюсь<br>ответить | скорее<br>согласен | полностью<br>согласен |

Поставьте в таблице нужные цифры:

| Утверждения   | К | Р |
|---|---|---|
| 1. Я выяснил, что он надежен, особенно в тех случаях, что важны для меня.                 |   |   |
| 2. У нас одинаковое восприятие мира.  |   |   |
| 3. Мне кажется, я хорошо знаю его.  |   |   |
| 4. По отношению к нему я испытываю приязнь.   |   |   |
| 5. Он хочет создать себе репутацию человека, выполняющего свои обещания.                  |   |   |
| 6. К сожалению, он не понимает, что ему выгодно выполнить свои обязательства передо мной. |   |   |
| 7. Он всегда придет на помощь, если моим интересам что-то угрожает.                       |   |   |
| 8. Мы с ним отстаиваем одни и те же принципы.   |   |   |
| 9. Мне кажется, я достаточно точно могу предсказать его поведение.                        |   |   |
| 10. Он мне очень нравится.  |   |   |
| 11. Этот человек понимает, что оправдать доверие выгоднее, чем потерять его.              |   |   |
| 12. По отношению к нему я чувствую неприязнь.   |   |   |
| 13. Он всегда готов предложить мне поддержку.   |   |   |
| 14. У нас с ним общие интересы.   |   |   |
| 15. Я обычно знаю, как он поступит в определенной ситуации.                               |   |   |
| 16. Я люблю этого человека.   |   |   |
| 17. Он осознает, что если обманет доверие, то потеряет больше, чем выиграет.              |   |   |
| 18. Он ненадежен.   |   |   |
| 19. Я плохо знаю этого человека.  |   |   |
| 20. Он непредсказуем.   |   |   |

Укажите, пожалуйста, Ваш пол \_\_\_\_\_, возраст \_\_\_\_\_, должность \_\_\_\_\_

Благодарим за сотрудничество!

Ключ к методике:

| Шкала             | № вопросов |     |     |
|-------------------|------------|-----|-----|
|                   | 1,         | 7,  | 13, |
| Надежность        | 2,         | 8,  | 14, |
| Единство          | 3,         | 9,  | 15, |
| Знание            | 4,         | 10, | 16, |
| Прязнь            | 5,         | 11, | 17, |
| Расчет            | 6,         |     |     |
| Нерасчетливость   | 12,        |     |     |
| Неприянь          | 18,        |     |     |
| Ненадежность      | 19,        |     |     |
| Незнание          | 20         |     |     |
| Непредсказуемость |            |     |     |
|                   |            |     |     |



**МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УРОВНЯ ДОВЕРИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ Р.Б. ШО<sup>1</sup>**

«В этой организации ....»

**ДОВЕРИЕ**

|   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Власть и контроль находятся в руках лишь нескольких людей или групп             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Люди на всех уровнях чувствуют себя и действуют как хозяева в бизнесе   |
| “Война” между различными группами – обычное дело                                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Различные группы (главное руководство, подразделения) сотрудничают друг с другом                                  |
| Сотрудники осторожничают и стараются убедиться в том, что не потерпят неудачу   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудники готовы рисковать лично для того, чтобы способствовать росту бизнеса                                    |
| Сотрудники поддерживают существующее положение дел и сопротивляются изменениям  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудники восприимчивы к изменениям и новым методам работы   |
| Сотрудники не будут выражать свои истинные мысли или чувства                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудники чувствуют себя свободными в выражении своих взглядов, даже если они отличаются от взглядов большинства |
| Никто не берет на себя ответственности за ошибки, и со временем они повторяются | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудники признают свои ошибки и учатся на них   |
| Много контроля и ограничений в отношении того, что можно делать                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудникам дана необходимая свобода действий для выполнения работы   |
| В целом в организации очень низкий уровень доверия                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | В целом в организации очень высокий уровень доверия   |
| Общая сумма _____   |   |   |   |   |   |   |

Низкое доверие: 8-18; умеренное доверие: 19-29; высокое доверие: 30-40

<sup>1</sup> Источник: Шо Р.Б. Ключи к доверию в организации: Результативность, порядочность, проявление заботы. М.: Дело, 2000. 272с.

## ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ

|  |   |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|---|
| Стратегия и приоритеты деятельности постоянно меняются                           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Имеются последовательная стратегия развития и четкий набор приоритетов        |
| В отношении принципов и ценностей руководители говорят одно, а делают другое     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | В отношении принципов и ценностей у руководителей слово не расходится с делом |
| Слухи более надежны, чем то, что работники слышат от руководства                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Тому, что работники слышат от руководства, можно доверять                     |
| Люди или отвергают негативную информацию, или представляют ее в "выгодном свете" | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Люди по-деловому относятся к информации, даже если она негативная             |
| Проблемы решаются так, что люди чувствуют себя оскорбленными                     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | При решении проблем или в трудной ситуации с людьми поступают справедливо     |
| Обязательства и обещания постоянно нарушаются                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Люди выполняют свои обязательства и обещания                                  |
| Работники думают, прежде всего, о том, что лучше для них, а потом – о фирме      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Работники делают то, что нужно для фирмы, даже если это во вред лично им      |
| В целом в организации низкий уровень последовательности                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | В целом в организации высокий уровень последовательности                      |

Общая сумма \_\_\_\_\_

Низкая последовательность: 8-18; умеренная последовательность: 19-29;

высокая последовательность: 30-40

## РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

|  |   |   |   |   |   |  |
|--|---|---|---|---|---|--|
| Сотрудники сосредоточены на внутренних проблемах и личных планах                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Все усилия персонала сосредоточены на том, чтобы победить конкурентов на рынке |
| Сотрудники не хотят устанавливать более высокие цели, так как боятся потерпеть неудачу | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудники стремятся ставить перед собой амбициозные, труднодостижимые цели    |

|   |   |   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|---|---|--|
| По основным целям и показателям деятельности фирмы согласие не достигнуто                         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Все понимают и принимают ключевые показатели эффективности и цели деятельности.        |
| Бизнес-стратегию реализовать не удастся   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Бизнес-стратегия осуществляется успешно  |
| Сотрудников интересует лишь текущая деятельность, и они не уделяют внимание планированию будущего | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Идет постоянная работа над повышением конкурентоспособности в долгосрочной перспективе |
| Сотрудники часто не могут добиться обещанных ими результатов                                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудники почти всегда добиваются обещанных ими результатов                           |
| Существует слабая связь между работой, вознаграждением и признанием                               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Вознаграждение и признание прямо пропорциональны эффективности работы                  |
| В целом плохо отслеживается уровень достижения целей  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | В целом хорошо отслеживается уровень достижения целей                                  |

Общая сумма \_\_\_\_\_

Низкая результативность: 8-18; умеренная результативность: 19-29;

высокая результативность: 30-40

### **ЗАБОТА**

|  |   |   |   |   |   |  |
|--|---|---|---|---|---|--|
| Сотрудники чувствуют себя вовлеченными в постоянные межгрупповые конфликты     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудники чувствуют, что они являются частью единой организации, и разделяют общее видение          |
| То, как относятся к сотрудникам, может навести на мысль, что они некомпетентны | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Существует вера в способность сотрудников на всех уровнях к высоким достижениям                      |
| Сотрудники ограничены в своих действиях различными методами контроля           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудники обладают самостоятельностью и полномочиями, достаточными для реализации их целей в работе |
| Сотрудники редко получают признание за свой личный вклад в дело организации    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудники регулярно получают признание за свой личный вклад в дело организации                      |

|   |   |   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|---|---|--|
| Только высшее руководство выигрывает в финансовом отношении, если организация добивается своих целей деятельности | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Каждый выигрывает в финансовом отношении, если организация добивается своих целей деятельности |
| Сотрудники «себе на уме» и не ведут себя честно в отношениях с другими  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Сотрудники восприимчивы к информации и честны в мотивах своего поведения                       |
| Сотрудники практически не общаются с высшим руководством  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Руководство доступно и открыто к контактам со всеми сотрудниками                               |
| Руководители заботятся главным образом о самих себе   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Руководители заботятся о сотрудниках и поддерживают их на всех уровнях                         |

Общая сумма \_\_\_\_\_

Низкая забота: 8-18; умеренная забота: 19-29; высокая забота: 30-40