

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ДОВЕРИЯ ТЕКСТАМ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ И МЕЖЛИЧНОСТНОГО ДОВЕРИЯ

SOCIO-PSYCHOLOGICAL FACTORS OF TRUST TEXTS ON THE INTERNET ENVIRONMENT AND INTERPERSONAL TRUST

М. Копачевская

Summary: The paper focuses on the issue of interpersonal trust and text reliability on the Internet environment. It's based on trust factors, as well as young people's ideas about connection degree of the proposed factors with trust. Respondents (128 people) assessed connection degree of various factors with interpersonal trust and trust in text on the Internet environment. The results of the study show which factors are most associated with trust, and also allow us to enrich the list of these factors. Interpretation of the data obtained provides the opportunity to make assumptions about the reasons for the connection of highly rated factors with trust and to identify factors in the grouping of these factors not only based on their connection with trust, but also according to semantic characteristics.

Keywords: interpersonal trust, trust in texts, Internet environment, persuasive communication.

Копачевская Мария Андреевна

*Аспирант, Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова
mari.mariya97@mail.ru*

Аннотация: Статья посвящена проблеме межличностного доверия и доверия текстам в Интернет-среде. В ней рассматриваются факторы доверия, а также представления молодежи о степени связи предложенных факторов с доверием. Респонденты (128 человек) оценивали степень связи различных факторов с межличностным доверием и доверием текстам в Интернет-среде. Результаты исследования показывают какие факторы наиболее связаны с доверием, а также позволяют обогатить список этих факторов. Интерпретация полученных данных обеспечивает возможность выдвинуть предположения о причинах связи высоко оцениваемых факторов с доверием и выявить закономерности группировки этих факторов не только на основе связанности с доверием, но и по смысловым характеристикам.

Ключевые слова: межличностное доверие, доверие текстам, Интернет-среда, убеждающая коммуникация.

Постановка проблемы

Феномен доверия вызывает интерес исследователей в различных научных сферах. Наибольшее распространение и глубину изучения феномен доверия получил в работах отечественных и зарубежных психологов. Доверие представляет собой фундаментальный психологический феномен, который изучается на различных уровнях, в контексте вариативных ситуаций и оказывает значительное влияние на взаимоотношения в обществе. Доверие в психологии изучается с позиции малой группы, отдельных людей, особенностей социальной ситуации. Важными компонентами доверия являются аттракция, атрибутивные процессы доверия, установочные структуры доверия (Скрипкина, 2000).

Глубокая теоретическая разработка феномена доверия позволила выделить различные определения, классификации и функции доверия. Распространенной классификацией доверия является выделение следующих видов: доверие к себе, доверие к миру и доверие к другим. Доверие к себе - субъективный феномен, основанный на рефлексии и формировании ценностных представлений о собственной личности, который позволяет конструировать линию поведения и принимать ответственность

за собственные действия. Доверие к миру представляет собой отношение к субъектам окружающего мира, основанное на безопасности этих субъектов и формирующееся в раннем детстве под влиянием отношения родителей к ребенку. Доверие к другим является частным случаем доверия к миру и относится только к отдельным людям или группам людей, оно может носить обобщенный (социальный) характер и относиться к людям в целом, а может быть персонифицировано и носить межличностный характер (Скрипкина, 2000, Леонова, 2015).

Наибольший интерес для нас представляет развитие представлений о межличностном доверии в связи со спецификой проведенного исследования, поэтому рассмотрим это направление изучения доверия. В зарубежной традиции наибольшую популярность изучение межличностного доверия получило в рамках интеракционистской парадигмы (Дж. Хоманс, М. Дойч, Дж. Роттер, Р. Левицки), еще одним, однако, менее популярным направлением являлся трансактный анализ (Х. Белоу, В. Пирс, С. Шарп). В рамках интеракционизма доверие рассматривалось как процесс обмена, связанный с "приобретениями" и "потерями" в процессе общения, а также соотношением этих составляющих. Современные зарубежные исследования фокусируются на процессуаль-

ных аспектах и факторах доверия, а также, рассматривают данный феномен в рамках широкого социального контекста и взаимодействия в Интернете, например, на сайтах для бронирования жилья.

В отечественной традиции представления о межличностном доверии начинали разрабатываться в рамках социально-психологического внушения, феномена общения, формирования отношения к значимым другим и др. Межличностное доверие как самостоятельный феномен рассматривалось в работах Т.П. Скрипкиной, И.В. Антоненко, А.Б. Купрейченко, С.К. Нартовой-Бочавер и многих других. Важным фокусом внимания в рассмотрении доверия в отечественной психологии являлся субъектный подход, в рамках которого личность наделяется активностью, независимостью и самостоятельностью в принятии решений.

Существует большое количество определений межличностного доверия, которые акцентируют различные особенности и важные аспекты доверия. Рассмотрим наиболее популярные определения, для передачи многогранности и разнообразия представлений об этом феномене. Данные определения основываются на отличных друг от друга подходах и выделяют в феномене доверия характеристики различной степени важности. Основным фокусом в определениях доверия является некоторое психологическое состояние субъекта (ожидание, надежда, убежденность, установка, состояние готовности) по отношению к другому лицу, действия которого не поддаются контролю субъекта. Доверие связывают с риском, неопределенностью и чувством уязвимости. В зависимости от того, как описывается состояние субъекта, подчеркивается когнитивная, аффективная или поведенческая составляющая доверия, которые входят в его трехкомпонентную структуру (Гуриева, Борисова, 2014, Леонова, 2015). В нашем исследовании мы опирались на определение доверия, предложенное Т.П. Скрипкиной. Доверие – это установка-отношение, направленная на других людей, сущность которой связана со значимостью объекта доверия и его безопасностью (Скрипкина, 2000, Гуриева, Борисова, 2014, Леонова, 2015).

Кроме всего прочего, межличностное доверие основывается на информации, которую люди получают друг от друга. К такой информации относится внешность другого человека, невербальные особенности коммуникации, его поведенческие характеристики и информация, которую он сообщает. К характеристикам информации относится ее содержательность, способ ее представления, наличие аргументов, длительность сообщения и многое другое. В нашей статье мы остановимся на текстовом способе представления информации, так как данный способ является распространенным в современном мире в связи с развитием технологий передачи информации. Люди все чаще

сталкиваются с печатными текстами в новостных каналах, социальных сетях, мессенджерах для общения. Повышается количество знакомств с целью дружбы и романтических отношений в Интернете, например, 39% романтических знакомств в США происходят онлайн, а 69% молодых россиян зарегистрированы на сайтах или в приложениях для знакомств (Rosenfeld, Thomas, Hausen, 2019; НАФИ, 2023).

Таким образом, взаимоотношения, а также их важнейшая составляющая – межличностное доверие возникает на основе формально-содержательных характеристик текстов, которые люди читают. В связи с этим, рассмотрим факторы доверия к текстам, которые, в основном, базируются на принципах убеждающей коммуникации. Доверие к текстам, или установка на надежность и достоверность получаемой информации, сводится к межличностному доверию в отношении источника информации, так как текст создается автором с какой-либо целью и всеми характеристикам текст наделяет автор. Доверие к текстам основывается на двусторонней аргументации, отсутствии орфографических и пунктуационных ошибок, подробности и структурированности информации, повторении и акцентировании важных аспектов сообщения, подборе понятной лексики, использовании языковых приемов (метафоры, сравнения, олицетворения) и выражении эмоций на письме посредством смайликов (Гулевич, 2007; Петрова, 2012).

Программа эмпирического исследования

Целью исследования является выявление факторов межличностного доверия и доверия текстам в Интернет-среде. Исследование носит поисковый характер и сосредоточено на выявлении связи отдельных факторов доверия с межличностным доверием и доверием текстам.

Выборка

В оценке соответствия различных факторов доверию приняли участие 128 респондентов в возрасте от 18 до 28 лет ($M = 19,5$ $SD = 1,79$), с неоконченным высшим и высшим образованием.

Процедура и методы исследования

Сбор данных проводился с помощью авторского опросника «Факторы доверия», для которого были отобраны факторы доверия в целом и доверия к текстам, которые предлагалось оценить по пятибалльной шкале по степени связанности с доверием. Респонденты оценивали каждый фактор, а также после оценки всех предложенных факторов могли дополнить список факторов доверия. Анализ данных проводился с помощью SPSS Statistics 26, методами выделения доверительных интервалов и факторного анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

Факторы межличностного доверия

В опросе рассматривались следующие факторы доверия, выделенные в работах, связанных с доверием: авторитет, верность, статус, соответствие общественным нормам, совестливость, компетентность, ответственность, добросовестность, надежность, стабильность, уравновешенность, эмоциональное принятие человека, привлекательность, сходство, искренность, честность (Купрейченко, 2008; Гулевич, 2007). Для проведения анализа степени соответствия различных факторов доверию были рассчитаны средние значения по каждому из предложенных факторов, а также найдены границы доверительных интервалов. Также было принято решение сгруппировать факторы доверия для получения информации о представлениях респондентов об обобщенных факторах доверия.

При соотношении средних значений и доверительных интервалов мы опирались на совпадение границ доверительных интервалов. В случае, если границы не совпадали мы считали факторы отличающимися по степени связи с доверием. При полном или частичном совпадении границ доверительных интервалов мы считали факторы одинаково связанными с доверием. Наиболее связанными с доверием оказались факторы верность ($M = 4,4$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 4,2$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 4,6$), надежность ($M = 4,5$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 4,4$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 4,7$), искренность ($M = 4,4$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 4,2$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 4,6$), честность ($M = 4,6$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 4,4$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 4,7$), ответственность ($M = 4,1$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 4,0$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 4,3$), добросовестность ($M = 4,2$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 4,0$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 4,3$). Менее связаны с доверием совестливость ($M = 3,5$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 3,3$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,7$), компетентность ($M = 3,5$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 3,3$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,8$), стабильность ($M = 3,6$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 3,4$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,8$) и эмоциональное принятие другого человека ($M = 3,7$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 3,5$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 4,0$). Еще более низкие значения по степени связи с доверием у факторов авторитет ($M = 3$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,8$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,2$), статус ($M = 2,5$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,3$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 2,6$), соответствие общественным нормам ($M = 2,6$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,4$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 2,8$), уравновешенность ($M = 3$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,8$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,2$), привлекательность ($M = 2,6$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,3$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 2,8$), сходство ($M = 2,8$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,5$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,0$).

Таким образом, факторы, которые были выявлены в исследованиях А.Б. Купрейченко, респонденты связывают с доверием наиболее сильно. Эти факторы являются позитивными моральными качествами, которые, в представлениях людей связаны с доверием. Представления об этих факторах доверия закладываются в раннем детстве и развиваются по мере взросления человека и являются эталонными для доверия. Ценность характеристик, которые менее связаны с доверием (совестливость, ком-

петентность, стабильность, эмоциональное принятие другого человека) начинает усваиваться человеком в более взрослом возрасте, что дает основу пониманию не-обязательной роли этих факторов. Существует ряд социальных ситуаций, в которых для возникновения доверия важны перечисленные факторы, например, в рамках рабочих взаимоотношений, при этом, на личностном уровне доверие может возникнуть без учета этих факторов. По мнению респондентов, наименее связаны с доверием факторы, которые упоминаются в исследованиях эффективности убеждающей коммуникации. Мы предполагаем, что роль этих факторов может быть неосознаваемой респондентами, в связи с чем их связь с доверием оценивается как низкая. Такие выводы подтверждаются концепцией имплицитной теории доверия, которая позволяет упростить процесс восприятия окружающего мира за счет знаний и опыта, приобретенных в течение жизни (Аллахвердов, Гришина, 2013). Авторитет, привлекательность, сходство и т. д. могут являться индивидуальными, связанными с опытом респондентов представлениями, которые связаны с доверием.

Для более глубокого анализа содержания феномена доверия мы провели факторный анализ. Мера адекватности выборки (КМО) составила 0,78, критерий сферичности Бартлетта равен 552,4 со степенью значимости 0,000, что означает уместность применения факторного анализа. В результате, факторы доверия были сгруппированы следующим образом, в скобках указан процент объясняемой дисперсии: 1) морально-нравственные характеристики (28,5%): честность, добросовестность, искренность, совестливость; 2) характеристики эмоциональности и устойчивости (11,1%): эмоциональное принятие, привлекательность, верность, стабильность, уравновешенность; 3) профессиональные характеристики (10%): компетентность, ответственность, надежность; 4) социально-ролевые характеристики (6,4%): статус, нормативность поведения, авторитет, сходство. Наиболее связанные с доверием факторы сгруппировались в категории нравственных и профессиональных характеристик. Доверие в представлениях молодежи основывается на позитивных морально-нравственных характеристиках, которые более всего связаны между собой и с доверием, а также захватывает сферу серьезного отношения к делам и обязательствам. Две основные собирательные характеристики доверия позволяют сделать вывод о том, что доверие важно не только в ситуациях личного взаимодействия, но также в профессиональной среде, занимающей значительную роль в жизни человека.

Кроме предложенных факторов в исследовании были выделены дополнительные факторы, которые связаны с доверием: близость, открытость, доброта, степень знакомства, безопасность, преданность. Все эти факторы были неоднократно отмечены респондентами в поле свободного ответа о факторах доверия. Кроме личностных

характеристик респонденты перечисляли и особенности взаимоотношений между доверителем и доверяющим. Полученные данные о дополнительных факторах соотносятся с другими исследованиями доверия (Купрейченко, 2008; Смык, 2019; Полина, Овчарова, 2020)

Факторы доверия текстам

Далее мы приступили к анализу факторов доверия текстам. В опросе, относящемся к доверию текстам рассматривались следующие факторы: компетентная позиция автора в тексте, грамматические и пунктуационные ошибки, соответствие стилю Интернет-общения, односторонняя аргументация (аргументы только “за” позицию автора), ссылки на авторитетных лиц, двусторонняя аргументация (аргументы “за” и “против” позиции автора), вызывающие страх примеры в тексте, шуточные высказывания, одобрение действий читающего в тексте, смайлики (эмоджи) в тексте, положительный эмоциональный фон текста, обещание награды читающему в тексте, понятность основной мысли текста, использование терминов, фактические ошибки в тексте. Степень соответствия предложенных факторов доверию текстам определялась аналогично описанному выше методу оценки с помощью сравнения доверительных интервалов и проведения факторного анализа, все это позволило выделить факторы, которые повышают и снижают доверие текстам.

Наиболее связанными с доверием текстам факторами оказались: компетентная позиция автора в тексте ($M = 4,2$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 4,0$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 4,4$), двусторонняя аргументация ($M = 4,3$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 4,2$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 4,5$) и понятность основной мысли текста ($M = 4,2$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 4,1$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 4,4$). Чуть менее связаны с доверием текстам следующие факторы: ссылки на авторитет ($M = 3,6$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 3,4$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,8$), положительный эмоциональный фон текста ($M = 3,4$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 3,2$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,6$), использование терминов ($M = 3,4$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 3,2$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,6$). Наибольшее недоверие текстам вызывают такие факторы, как: грамматические и пунктуационные ошибки ($M = 1,7$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 1,5$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 1,8$), обещание награды читающему ($M = 1,8$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 1,6$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 1,9$), фактические ошибки в тексте ($M = 1,4$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 1,2$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 1,5$). Смайлики (эмоджи) в тексте ($M = 2,1$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 1,9$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 2,3$), вызывающие страх примеры ($M = 2,2$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,0$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 2,4$) и односторонняя аргументация ($M = 2,2$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,0$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 2,4$) также соотносятся с недоверием текстам. Также, перечислим факторы, которые не относятся к доверию и недоверию текстам в Интернет-среде, так как их оценки лежат в пределах средних значений шкалы: соответствие стилю Интернет-общения ($M = 2,9$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,7$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,1$), шуточные высказывания ($M = 3,0$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,8$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 3,2$), одобрение действий читающего ($M = 2,7$; $CI_{\text{нижняя гр.}} = 2,5$, $CI_{\text{верхняя гр.}} = 2,9$).

К повышающим доверие факторам текстам относятся выделенные в рамках убеждающей коммуникации факторы эффективности. Содержательные факторы наиболее связаны с доверием текстам, так как они позволяют оценить качество приводимых аргументов и основные мысли текста в целом. Формальные факторы, связанные с употреблением терминов и ссылками на авторитет также связаны с доверием, они придают тексту более научный стиль и указывают на обоснованность позиции автора. Неожиданным для нас явилось то, что обещание награды читающему, смайлики и вызывающие страх примеры в тексте относятся к факторам недоверия, так как авторы исследований в рамках убеждающей коммуникации описывают данные факторы как повышающие доверие (Гулевич, 2007; Петрова, 2012). Такие оценки данных факторов мы связываем характеристиками текстам в социальных сетях, которые побуждают к каким-либо действиям или служат для распространения информации. Например, в различных конкурсах в Интернет-среде пользователям предлагается сделать репост записи или написать комментарий для получения приза, однако, негативный опыт отсутствия призов или обмана в таких конкурсах порождает недоверие к текстам, содержащим обещание награды. Смайлики (эмоджи) служат способом выражения эмоций в текстовых сообщениях, их связь с недоверием текстам может быть связана с частым использованием смайликов для привлечения внимания, а не выражения эмоций. Респонденты могут связывать смайлики не с эмоциональными проявлениями автора, а с желанием привлечь внимание к тексту. Апелляция к страху может снижать положительный эмоциональный фон сообщения, в связи с чем такие примеры могут стать факторами недоверия.

Оценка структуры представлений о факторах доверия текстам, проведенная с помощью факторного анализа (мера адекватности выборки (КМО) составила 0,736, критерий сферичности Бартлетта равен 473,7 со степенью значимости 0,000) позволила выделить 4 основных фактора, в скобках указан процент объясняемой дисперсии: 1) объективный подход к изложению текста (26,4%): двусторонняя аргументация, компетентная позиция, понятная мысль, термины, ссылки на авторитет; 2) эмоциональный фон текста (16,3%): шутки, смайлики (эмоджи), обещание награды читающему положительный эмоциональный фон, соответствие стилю Интернет-общения; 3) неточности и негативный эмоциональный фон текста (8,3%): грамматические и пунктуационные ошибки, фактические ошибки, страшные примеры; 4) субъективный подход к изложению текста (6,9%): односторонняя аргументация, одобрение действий читающего. В рамках выделенных факторов произошло объединение формальных и содержательных характеристик доверия, а также факторов, связанных с поддержанием эмоционального тона сообщений. Факторы, наиболее повышающие доверие объединились в объективный подход к изложению текста, а факторы недоверия текстам распределились по

различным категориям. Такие результаты указывают на то, что факторы недоверия являются более разнородными могут быть связаны как с содержательными характеристиками текста, так, например, и с его эмоциональной окраской.

Респонденты также отмечали в открытом вопросе, что доверие связано со степенью структурированности текста, наличием ссылок на источники получения информации, использованием социально-приемлемой лексики и научным стилем повествования. Такие факторы могли быть выделены респондентами в связи с тем, что большинство из них являются студентами или недавно завершили обучения и для них важны академические показатели текстов, которые позволяют оценить тексты с точки зрения научности и достоверности.

Заключение

Таким образом, в исследовании были получены результаты о связи различных факторов с межличностным доверием и доверием к текстам. Межличностное доверие основывается на оценках морально-нравственных факторов (честность, добросовестность, искренность, совесть) а также факторов, связанных с профессиональными характеристиками (компетентность, ответственность,

надежность), в данном случае ролевые и эмоциональные характеристики имеют меньшее значение. Знания о доверии, полученные в раннем детстве, а также опыт социального взаимодействия задают основные факторы межличностного доверия. При рассмотрении доверия текстам основным фактором доверия является объективный подход к изложению информации (двусторонняя аргументация, компетентная позиция, понятная мысль, термины, ссылки на авторитет). Недоверие текстам вызывают разнообразные факторы, связанные с негативным эмоциональным фоном и субъективной точкой зрения при изложении информации. Оценка точности и правдивости информации является важной задачей при получении информации в Интернет-среде, в связи с чем люди руководствуются объективными характеристиками текстов, которые позволяют делать выводы в отношении этих текстов и формировать свою (доверительную или не доверительную) позицию по отношению к информации. Полученные данные частично соответствуют предшествующим исследованиям факторов и характеристик доверия (Купрейченко, 2008; Петрова, 2012). Наиболее перспективным направлением получения дополнительных данных и интерпретации результатов, на наш взгляд, является изучение факторов доверия с помощью качественных методов исследования, а также разработка диагностического инструментария на основе факторов, наиболее связанных с доверием.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аллахвердов М.В., Гришина Н.В. Модель имплицитной теории доверия: экспериментальная проверка // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2013. №4. С. 28 - 35.
2. Астанина Н.Б. Развитие представлений о доверии как о психологическом феномене в зарубежной науке // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2010. №1. С. 139-143.
3. Гулевич О.А. Психология коммуникации. М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. 384 с.
4. Гуриева С.Д., Борисова М.М. Доверие как социально-психологическое явление // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2014. №4. С. 126-136.
5. Доброхотов Р.А. Проблемы доверия в мировой политике (на примере процессов европейской интеграции): дисс. . . канд. полит. наук. Москва., 2013. 155 с.
6. Интернет-источник. НАФИ, 2023. URL: <https://nafi.ru/analytics/intim-ne-predlagat-molodezh-ishchet-na-saytakh-onlayn-znakomstv-druzhbu-i-sereznye-otnosheniya/> (дата обращения: 05.02.2024)
7. Корнев С.А. Детерминация доверия процессом социальной идентификации личности: дисс. . . канд. психол. наук. Кострома., 2006. 169 с.
8. Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия. М.: Институт психологии РАН, 2008, С. 564.
9. Леонова И.Ю. Доверие: понятие, виды и функции // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2015. №2. С. 34-41.
10. Петрова Н.В. Анализ формирования доверия к автору и его текстам // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2012. №1. С. 111-117.
11. Пороховская Т.И. Доверие как моральный феномен // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. 2018. №1. С. 56-64.
12. Полина А.В., Овчарова Е.В. Доверие и психологическая безопасность как взаимосвязанные условия преодоления трудной жизненной ситуации // Научный взгляд в будущее. 2020. № 19 (2). С. 134 – 139.
13. Скрипкина Т.П. Психология доверия: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. М.: Академия. 2000. С. 264.
14. Смык Ю.В. Доверие в структуре психологической безопасности личности // Мир науки. Педагогика и психология. 2019. №1. С. 6 – 14.
15. Таханова О.В. Институт доверия в современной экономике России: дисс. . . канд. эконом. наук. Улан-Удэ., 2012. 172 с.
16. Rosenfeld M.J., Thomas R.J., Hausen S. Disintermediating your friends: How online dating in the United States displaces other ways of meeting // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2019. № 116(36), P. 17753–17758.

© Копачевская Мария Андреевна (mari.mariya97@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»