

## ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ИНДИВИДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ДОВЕРИЯ И РИГИДНОСТИ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ ОТНОСИТЕЛЬНО ИХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ТЕХНОЛОГИЯХ И ПРОДУКТАХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

О.М. Артамонова<sup>1</sup>, студент

А.Д. Волкова, аспирант<sup>2</sup>, младший научный сотрудник<sup>3</sup>

А.Н. Знаменская, ведущий тренер-менеджер по персоналу

Т.А. Костина<sup>3</sup>, младший научный сотрудник

Т.С. Ларина<sup>4</sup>, научный сотрудник

<sup>1</sup>Университет «Парацельс»

<sup>2</sup>Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

<sup>3</sup>Центральный экономико-математический институт РАН

<sup>4</sup>АНО ДПО Институт международных стандартов учета и управления (Россия, г. Москва)

DOI: 10.24411/2500-1000-2020-10122

*Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект №18-013-00669а «Исследование психологических механизмов формирования социальных представлений и доверия пользователей к продуктам цифровой экономики».*

**Аннотация.** Изучение взаимосвязи индивидуально-психологических характеристик сотрудников организации, с одной стороны – и их социальных представлений относительно пользования технологиями и продуктами цифровой экономики, с другой стороны, сегодня очень актуально в связи со стремительными темпами цифровизации экономики и других сфер жизнедеятельности общества. В данной работе в качестве индивидуально-психологических характеристик сотрудников организации для их сопоставления с социальными представлениями о технологиях и продуктах цифровой экономики были использованы: доверие/недоверие и ригидность.

Для сбора и обработки данных использованы Методика доверия/недоверия миру, другим людям, себе (автор – А.Б. Купрейченко) и Методика определения степени ригидности (авторы – Г. Айзенк и Е. Ильин). Социальные представления выявлялись с помощью специально разработанного инструментария и анализировались по ряду параметров. В качестве диагностических инструментов по измерению социальных представлений пользователей относительно частоты и направленности использования цифровых технологий, а также параметров оценки своего пользования новыми цифровыми технологиями были выбраны две специально созданные авторами методики: Методика «Шкала пользователя» и Методика «11 шкал». Для обработки данных использованы методы качественного и количественного анализа.

Описан один из этапов эмпирического исследования. Количественный анализ данных (в том числе, корреляционный анализ) не выявил значимой связи, таким образом, первоначально выдвинутая гипотеза о наличии значимой связи исследуемых характеристик не подтвердилась. Качественный анализ данных показал, что респонденты с низкими значениями по Общему недоверию в своих социальных представлениях указывают на большую активность в использовании технологий и продуктов цифровой экономики, чем респонденты с высокими значениями. В качестве основных выводов представлена возможная интерпретация полученных результатов.

**Ключевые слова:** индивидуально-психологические характеристики, доверие/недоверие, ригидность, социальные представления, технологии и продукты цифровой экономики.

В статье представлено описание одного из этапов исследования, посвящённого изучению взаимосвязи выбранных индивидуально-психологических характеристик сотрудников организации, с одной стороны, и их социальных представлений о технологиях и продуктах цифровой экономики – с другой. Оригинальность подхода заключается в исследовании индивидуально-психологических характеристик, которые не были рассмотрены ранее в соотношении с социальными представлениями: склонность к риску; уровень субъективного контроля (экстернальности/интернальности); ригидность; уровень общего доверия/недоверия личности к себе/миру/людям. В социальных представлениях о технологиях и продуктах цифровой экономики выделен ряд параметров, которые пока не стали объектом исследований, по крайней мере, отечественных учёных, среди них: экономическая выгода и престижность, современность и инновационность; польза для здоровья. Выборка исследования представляла собой сотрудников одной организации, то есть людей, каждый день встречающихся и работающих вместе, связанных определёнными взаимоотношениями и общей деятельностью. В проведенном исследовании приняли участие сотрудники коммерческой организации по производству и упаковке аксессуаров для мобильных устройств. Исследование проводилось в групповом варианте, когда все участники одновременно заполняют опросный лист, который включал 6 методик.

В данной публикации предметом исследования является взаимосвязь таких индивидуально-личностных характеристик респондентов, как общее доверие/недоверие и ригидность – и их социальных представлений об интенсивности и направленности использования технологий и продуктов цифровой экономики.

**Материалы и методы.** Для диагностики общего доверия/недоверия была использована Методика доверия/недоверия личности миру, другим людям/себе [1; 2; 3]. Методика направлена на изучение степени доверия респондентов к окружающим людям, миру в целом, самим себе.

методика представляет собой 15 утверждений, описывающих представления респондентов относительно своих отношений к окружающим людям, миру в целом, самим себе. По каждому утверждению предлагается оценить степень своего согласия/несогласия по предложенной 5-балльной шкале.

Для диагностики ригидности была использована Методика «Диагностика ригидности» [2; 4; 5; 6; 7; 8]. Методика состоит из 10 утверждений и направлена на изучение поведения человека в ситуациях необходимости изменения плана действий, поступка, под влиянием новых обстоятельств или ситуаций неопределённости.

В качестве диагностических инструментов по измерению социальных представлений пользователей относительно частоты и направленности использования, а также параметров оценки своего пользования новыми цифровыми технологиями были выбраны 2 специально созданные авторами методики: Методика «Шкала пользователя» и Методика «11 шкал».

Методика «Шкала пользователя» направлена на выявление частоты пользования респондентами рядом наиболее распространённых цифровых технологий. Кроме того, предполагается выявить отношение респондентов к вопросу личной безопасности в цифровом пространстве. Выбор именно данных направлений цифровых технологий обусловлен интенсивным развитием их среди российских пользователей. Так, развитие электронной коммерции (e-commerce), в частности электронной торговли (e-shopping), открывает необычные условия осуществления покупки товара и в настоящее время по своим масштабам уже перекрывает покупки в обычных магазинах. Респондентам предлагалось оценить интенсивность своего использования в повседневной жизни пяти цифровых технологий (онлайн-платежи, e-shopping, каршеринг, онлайн-банк, соцсети), а также типичную практику своего поведения в ситуации предложения оставить на сайте личную информацию о себе. Методика включает 5 утверждений соответственно пяти выбранным технологиям, первая часть которых обо-

значает то или иное направление цифровых технологий, а вторая – варианты частоты их пользования.

Методика «11 шкал» направлена на выявление социальных представлений респондентов относительно новых цифровых технологий в соответствии с 11-ю предложенными для оценки шкалами: удобно-неудобно; экономически выгодно – экономически невыгодно; современно – несовременно; упрощающее жизнь – усложняющее жизнь; безопасно – небезопасно; легко в освоении – сложно в освоении; инновационно – традиционно; полезно для здоровья – вредно для здоровья; легко в управлении – сложно в управлении; поддается контролю – не поддается контролю; ультрамодно – старомодно. Для оценки предлагалась 7-балльная шкала, в которой каждый полюс включал три различных варианта ответа и возможность выбора в зависимости от интенсивности того или иного обозначенного в шкалах параметра в соответствии с представлениями респондентов об их (параметрах) проявлениях в практике жизни и деятельности.

Инструкция. В настоящее время компьютерные технологии глубоко вошли в жизнь современного человека. Для того, чтобы совершать покупки или делать платежи, открывать вклады и даже управлять

домашней техникой совершенно не нужно физического присутствия человека. Оцените, пожалуйста, как Вам кажется, что представляет из себя пользование современными цифровыми технологиями.

Ниже представлены результаты диагностики респондентов по предложенным методикам, а также количественного и качественного анализа взаимосвязи исследуемых индивидуально-психологических характеристик и частоты и направления использования цифровых технологий.

### Результаты и их обсуждение

1. Результаты исследования доверия/недоверия.

Диагностика респондентов по уровню склонности к общему доверию/недоверию показала, что большая часть респондентов – 54,6% – имеет высокий уровень склонности к общему доверию, тогда как 45,4% (15 человек) оказались менее доверчивы (рис. 1).

Полученные по методике диагностики общего доверия/недоверия респондентов данные были сопоставлены с данными по Методике «Шкала пользователя» (социальные представления респондентов относительно частоты и направленности использования ими цифровых технологий). Ниже приведены результаты количественного анализа.

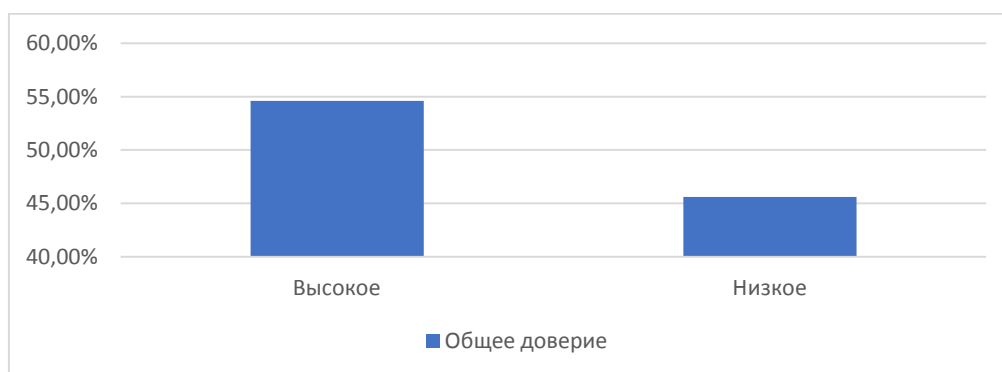


Рис. 1. Результаты диагностики склонности к общему доверию

Взаимосвязь уровня общего доверия/недоверия личности и социальных представлений относительно частоты и направленности использования цифровых технологий.

Для проверки будем применять критерий для двух несвязанных выборок – кри-

терий Манна-Уитни. Проверим взаимосвязь частоты использования конкретной цифровой технологии и уровня общего доверия по каждому вопросу отдельно.

Расчеты с применением критерия Манна-Уитни для двух групп – респондентов с низкими показателями степени общего до-

верия и респондентов с высокими показателями общего доверия – не показали значимые различия в ответах на вопрос о частоте использования цифровых технологий. Асимптотическая значимость оказалась

больше 0,05 (табл. 1). Это означает, что значимых различий между группами нет. То есть уровень общего доверия в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 1. Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике диагностики доверия для вопроса «Я совершаю платежи онлайн»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0, 833

Асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (табл. 2). Это означает, что значимых различий между группами нет.

То есть уровень общего доверия в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 2. Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике диагностики доверия для вопроса «Я покупаю товары в интернете»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0, 637

Асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (табл. 3). Это означает, что значимых различий между группами нет.

То есть уровень общего доверия в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 3. Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике диагностики доверия для вопроса «Я пользуюсь разными услугами онлайн-банка»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0, 322

Асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (табл. 4). Это означает, что значимых различий между группами нет.

То есть уровень общего доверия в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 4. Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике диагностики доверия для вопроса «Я пользуюсь услугами каршеринга»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0, 781

Есть основания полагать, что такие данные были получены в связи с определенным составом выборки. Вероятно, разница в уровне доверия не настолько велика, и респонденты даже с низким уровнем выраженности доверия открыто используют предложенные цифровые технологии.

Поскольку проведенный статистический анализ данных, полученных по пред-

мету исследования – взаимосвязи индивидуально-личностных характеристик с социальными представлениями респондентов относительно пользования цифровыми технологиями – показал отрицательные результаты, было решено дополнить его проведением качественного анализа и визуализацией полученных данных. Для этого осуществили сравнение данных, полу-

ченых по Методике Доверия/недоверия и Методике «Шкала пользователя» по каждому вопросу. Более информативными для анализа оказались полученные данные по показателю Общего недоверия. Здесь оказалось возможным сравнить полученные данные с ответами респондентов по методике «Шкала пользователя». Респонденты с низкими значениями вообще не выбирают ответ никогда, то есть они – с разной частотой и интенсивностью, но покупают в интернете товары и услуги. Респонденты с высокими значениями проявляют меньшую активность в данном направлении. То же самое можно сказать и об активности в соцсетях – респонденты с низкими значе-

ниями по показателю Общее недоверие более активны, чем респонденты с высокими значениями.

## 2. Результаты исследования ригидности.

Из 33 человек 57,6% (19 человек) имеют высокие значения по склонности к ригидности, 42,4% (14 человек) – более гибкие. Таким образом, большая часть респондентов показали высокий уровень склонности к ригидности, что означает слабую готовность к изменениям, неготовность быстро реагировать на новые ситуационные требования, предпочитают определенность, уверенность и предсказуемость событий (рис. 2).



Рис. 2. Результаты диагностики склонности к ригидности

Полученные по методике диагностики ригидности респондентов данные были сопоставлены с данными по Методике «Шкала пользователя» (социальные представления респондентов относительно частоты и направленности использования ими цифровых технологий). Ниже приведены результаты количественного анализа.

3. Взаимосвязь уровня ригидности личности и социальных представлений относительно частоты и направленности использования технологий и продуктов цифровой экономики респондентами.

Для проверки наличия взаимосвязи уровня ригидности личности и социаль-

ных представлений относительно частоты и направленности использования технологий и продуктов цифровой экономики респондентами будем применять критерий для двух несвязанных выборок – критерий Манна-Уитни.

Для всех вопросов на частоту использования цифровых технологий асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (табл. 5). Это означает, что значимых различий между группами нет. То есть уровень ригидности в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 5. Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике «Диагностика ригидности»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0,812

В таблице 6 приведены значения Альфа Кронбаха для четырех вопросов анкеты (на частоту использования цифровых тех-

нологий). Значение Альфа-Кронбаха составило 0,552 ( $0,552 < 0,7$ ), что говорит о ненадежности шкалы.

Таблица 6. Статистика надежности (Вопросы на частоту использования технологий и продуктов цифровой экономики)

	Альфа Кронбаха	N
Вопросы «Частота использования цифровых технологий»	0,552	4

Следовательно, проверим взаимосвязь частоты использования конкретной цифровой технологии и уровня ригидности по каждому вопросу отдельно.

Асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (табл. 7). Это означает, что

значимых различий между группами нет. То есть уровень ригидности в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 7. Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике «Диагностика ригидности» для вопроса «Я совершаю платежи онлайн»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0,656

Асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (табл. 8). Это означает, что значимых различий между группами нет.

То есть уровень ригидности в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 8. Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике «Диагностика ригидности» для вопроса «Я покупаю товары в интернете»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0,468

Асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (табл. 9). Это означает, что значимых различий между группами нет.

То есть уровень ригидности в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 9. Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике «Диагностика ригидности» для вопроса «Я пользуюсь разными услугами онлайн-банка»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0,329

Асимптотическая значимость оказалась больше 0,05 (табл. 10). Это означает, что значимых различий между группами нет.

То есть уровень ригидности в данной выборке не связан с частотой использования цифровых технологий.

Таблица 10. Статистические критерии (Манна-Уитни) для всей выборки по методике «Диагностика ригидности» для вопроса «Я пользуюсь услугами каршеринга»

Критерий	Асимптотическая значимость (2-х сторонняя)
Частота использования цифровых технологий	0,919

4. Результаты диагностики социальных представлений по методике «11 шкал».

Для диагностики социальных представлений, помимо методики «Шкала пользователя», была использована авторская ме-

тодика «11 шкал». Ниже (рис. 3-5) представлены данные по 3-м шкалам Методики «11 шкал»: №2 – шкала «Экономически выгодно - экономически невыгодно»; №4 – «Упрощающее жизнь – усложняющее

жизнь»; №5 – «Безопасно - небезопасно». По горизонтали представлены баллы шкалы от 3 до -3; по вертикали – количество выборов.

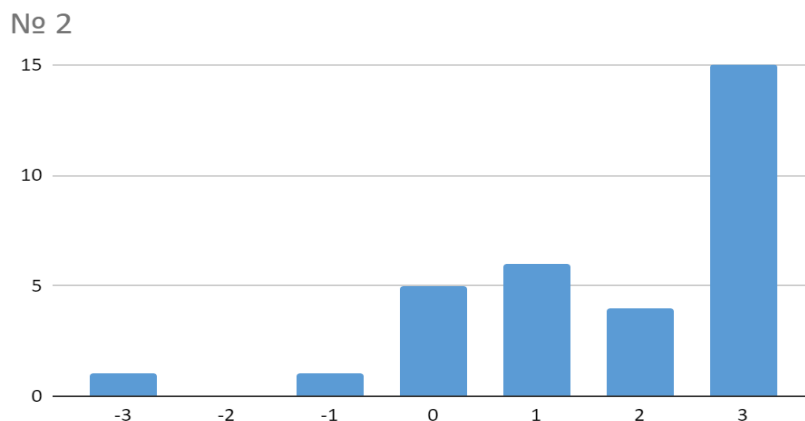


Рис. 3. Данные по шкале № 2 Экономически выгодно-экономически невыгодно Методики «11 шкал».

Как мы видим, по шкале №2 – около 52% (15 человек) выбрали самый высокий балл («3»), около 18% (6 человек) – балл «1»; около 15% (5 человек) – «0» (не знаю; затрудняюсь ответить).

По шкале №4 ответы распределились следующим образом: почти половина рес-

пондентов -51,5% (17 человек) выбрали балл «3» (экономически выгодно), примерно 15% (5 человек) – балл «2», примерно 15% (5 человек) – балл «1». Практически большинство выборки считает новые цифровые технологии экономически выгодными.

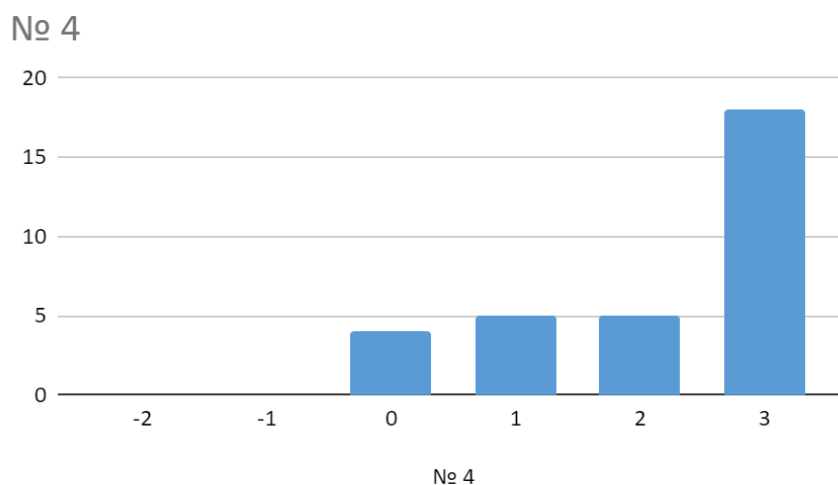


Рис. 4. Данные по шкале № 4 Упрощающее жизнь-усложняющее жизнь Методики «11 шкал»

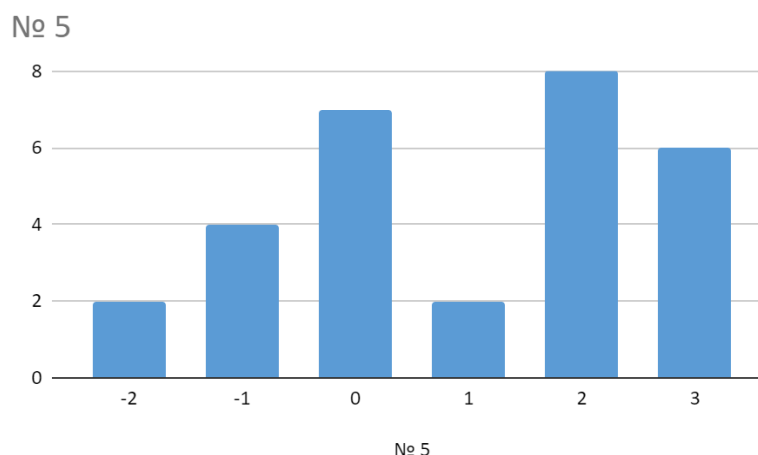


Рис. 5. Данные по шкале № 5 Безопасно-небезопасно Методики «11 шкал»

По шкале № 5 ответы были более разнообразны. Самый высокий балл «3» выбрали 18,2% (6 человек), балл «2» – 24,3% (8 человек), 21,2% (7 человек) выбрали ответ «0» (не знаю); 12% (4 человека) – «-1» (небезопасно); 6% (2 человека) – «-2» (небезопасно). Если в отношении показателей экономической выгоды и удобства респонденты почти единодушно высказываются «за» цифровые технологии, то по поводу безопасности мнения разделились. Практически половина испытуемых не доверяют цифровым технологиям.

#### 5. Корреляционный анализ.

Следующим этапом количественного анализа полученных результатов был проведен корреляционный анализ с целью выявления взаимосвязи между показателями индивидуально-личностных характеристик (ригидности и общего доверия) и частотой использования цифровых технологий. Перед тем как проводить корреляционный анализ данных, мы провели проверку на нормальность распределения методом Колмагорова-Смирнова, и, так как распределение оказалось ненормальным, было принято решение использовать непараметрический критерий Спирмана. Результат корреляционного анализа: взаимосвязей между показателями выявлено не было.

Качественный анализ данных показал, что респонденты с низкими значениями по Общему недоверию в своих социальных представлениях указывают на большую активность в использовании цифровых технологий, чем респонденты с высокими

значениями. Полученные результаты позволяют говорить о подтверждении интерпретации А.Б. Купрейченко, рассматривающей доверие и недоверие как два различных феномена.

**Заключение.** Полученные в ходе проведенного исследования результаты позволили сформулировать следующие выводы.

Для проведения исследования был использован подход, оригинальность которого заключалась как в особенностях выборки – это сотрудники одной организации, так и в подборе инструментария исследования: если доверие/недоверие было ранее в центре внимания исследователей, то ригидность как возможная детерминанта социальных представлений о технологиях и продуктах цифровой экономики – не была предметом широкого рассмотрения.

В социальных представлениях о технологиях и продуктах цифровой экономики авторами был выделен ряд параметров, которые пока не стали объектом достаточного числа исследований, по крайней мере, отечественных учёных, среди них: экономическая выгода и престижность, современность и инновационность; польза для здоровья.

Большая часть респондентов показала высокий уровень склонности к Общему доверию. Это может говорить о том, что в стабильных условиях они склонны к доверию и открыто идут на контакт с новым. Есть основания полагать, что такие данные были получены в связи с определенным

составом выборки (сотрудники одной организации). Вероятно, разница в уровне доверия не настолько велика, и респонденты даже с низким уровнем выраженности доверия используют технологии и продукты цифровой экономики.

В то же время большая часть респондентов показала высокий уровень склонности к ригидности, что означает слабое восприятие изменений, неготовность быстро реагировать на новые ситуационные требования. Это может говорить о том, что респонденты данной выборки предпочитают определенность, уверенность и предсказуемость событий. Количественный анализ данных о связи склонности к ригидности респондентов и их социальных представлений относительно частоты и направления использования технологий и продуктов цифровой экономики не выявил значимых связей между ними.

Полученные по методикам измерения доверия/недоверия и ригидности данные были сопоставлены с данными по социальным представлениям респондентов о частоте и направленности использования технологий и продуктов цифровой экономики. Расчеты с применением критерия Манна-Уитни для двух групп – респондентов с низкими показателями степени общего доверия и респондентов с высокими показателями общего доверия – не показали значимых различий.

Индивидуально-психологические характеристики, взятые для исследования, (общее доверие/недоверие и ригидность) на наш взгляд, обладают диагностическими возможностями, однако для проведения корректного количественного анализа данных требуется расширение выборки. Возможно, необходимо воспользоваться также другим инструментарием для их диагностики.

#### Библиографический список

1. *Купрейченко А.Б., Табхарова С.П.* Критерии доверия и недоверия личности другим людям // Психологический журнал. – 2007. – № 2.
2. *Райгородский Д.Я.* Практическая психодиагностика. Методики и тесты. – Самара: Издательский Дом «Бахрах-М», 2015. – 672 с.
3. *Энциклопедия психодиагностики.* Психодиагностика взрослых. – Самара: Издательский Дом «Бахрах-М», 2009. – 704 с.
4. *Корнилова Т.В.* Ригидность, толерантность к неопределённости и креативность в системе интеллектуально-личностного потенциала человека // Вестник Моск. Ун-та. Сер. 14. Психология. – 2013. – №4. – С. 36-46.
5. *Ильин Е.П.* Психология общения и межличностных отношений. – СПб.: Питер, 2009. – 576 с.
6. *Шаниро Д.* Автономия и ригидная личность / Пер. с англ.: В. Мершавки, А. Телицыной. – М.: Независимая фирма «Класс», 2009. – 160 с.
7. *Eysenck H.J.* Personality and Factor Analysis: A Reply to Guilford. *Psychological Bulletin*. 1977. Vol. 84, №3. P. 405-411.
8. *Petzold M.* Kognitive Stile: Definitionen, Klassifikationen und Relevanz eines psychologischen Konstrukts aus wissenschaftshistorischer Sicht. *Psychologie, Erziehung, Unterricht*. 1985. Bd. 32. P. 161-177.

**RESEARCH OF THE RELATIONSHIP OF INDIVIDUAL-PSYCHOLOGICAL  
CHARACTERISTICS OF TRUST AND RIGIDITY OF ORGANIZATION STAFF  
REGARDING THEIR SOCIAL REPRESENTATIONS ON ECOLOGICAL AND  
DIGITAL PRODUCTS**

**O.M. Artamonova**<sup>1</sup>, *Student*

**A. D. Volkova**, *Graduate Student*<sup>2</sup>, *Junior Research Assistant*<sup>3</sup>

**A.N. Znamenskaya**, *Leading Hr Manager*

**T.A. Kostina**<sup>3</sup>, *Junior Researcher*

**T.S. Larina**<sup>4</sup>, *Researcher*

<sup>1</sup>University “Paracelsus”

<sup>2</sup>National Research University Higher School of Economics

<sup>3</sup>Central Economics and Mathematics Institute of the Russian Academy of Sciences

<sup>4</sup>ANO DPO Institute of International Accounting and Management Standards  
(Russia, Moscow)

***Abstract.** The study of the relationship of the individual psychological characteristics of the organization’s employees, on the one hand, and their social perceptions regarding the use of technologies and products of the digital economy, on the other hand, is very relevant today in connection with the rapid pace of digitalization of the economy and other spheres of society. In this work, we used trust / distrust and rigidity as individual psychological characteristics of the organization’s employees to compare them with social ideas about the technologies and products of the digital economy.*

*To collect and process the data, the Methodology of trust / distrust of the world, other people, themselves (author - A. B. Kupreychenko) and the Methodology for determining the degree of rigidity (authors - G. Aizenk and E. Ilyin) were used. Social representations were identified using specially designed tools and analyzed according to a number of parameters. As a diagnostic tool for measuring the social perceptions of users regarding the frequency and direction of use of digital technologies, as well as parameters for evaluating their use of new digital technologies, two methods specially created by the authors were chosen: Methodology “User scale” and Methodology “11 scales”. For data processing methods of qualitative and quantitative analysis were used.*

*One of the stages of empirical research is described. A quantitative analysis of the data (including correlation analysis) did not reveal a significant relationship, therefore, the hypothesis that the hypothesis on the presence of a significant relationship of the studied characteristics was not initially confirmed. A qualitative analysis of the data showed that respondents with low values of General distrust in their social perceptions indicate a greater activity in the use of technologies and products of the digital economy than respondents with high values. A possible interpretation of the results is presented as the main conclusions.*

***Keywords:** individual psychological characteristics, trust / distrust, rigidity, social representations, technologies and products of the digital economy.*