



УДК 316.6

РЕПУТАЦИЯ СОСЕДА, ИЛИ КТО ЖИВЕТ РЯДОМ С НАМИ?

Е. В. Рягузова

Рягузова Елена Владимировна – доктор психологических наук, доцент, заведующая кафедрой психологии личности, Саратовский национальный исследовательский государственный университет, Россия

E-mail: rjaguzova@yandex.ru

Приведены результаты эмпирического исследования, направленного на изучение субъективных представлений о соседях. В качестве основного эмпирического метода использовался опрос, проводимый с помощью авторской методики рефлексивного самоотчета «Я и Другой», включающей в себя как вербальные высказывания, так и графические репрезентации. Выявлено наличие двух стратегий восприятия и оценивания соседей: эгоцентрическая, сфокусированная на эгоистических интересах личности, и диалогическая, ориентированная на установление активных связей и взаимоотношений с соседями. Полученные результаты позволяют не только описать субъективные представления о соседях и стратегии взаимодействия с ними, но и констатировать, что модальность обобщенной репутации соседей является негативной, а сама репутация характеризуется неустойчивостью и дисгармоничностью, поверхностностью и фрагментарностью при любой перцептивно-когнитивной стратегии восприятия и оценивания соседей.

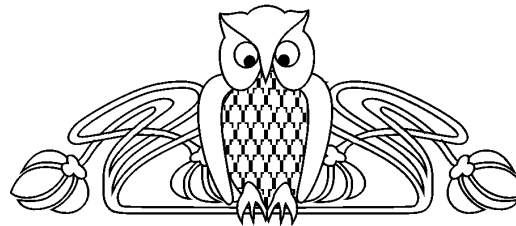
Ключевые слова: взаимодействие Я – Другой, личностные репрезентации взаимодействия, социальная практика соседства, социальная репутация, функциональная репутация, аффективная репутация.

DOI: 10.18500/2304-9790-2017-6-2-134-139

Введение

Научная дискуссия о соотношении позитивных и негативных сторон глобализации, информатизации, консьюмеризации, виртуализации и других процессов, маркирующих современный этап развития общества, отражая плюрализм подходов и многообразие принятых точек зрения, едина в одном – в признании необратимости произошедших изменений и констатации тотальных трансформаций всех сторон жизни социума, включая повседневные социальные практики. Соответственно, проблематизация тем, связанных с повседневной жизнью человека, его ежедневными интеракциями и взаимоотношениями с разнообразными и различными Другими, привычными действиями, обыденными представлениями личности о себе, мире, Другом, социальными эмоциями и коллективными переживаниями как «откликами на происходящее перед их глазами, умами, сердцами» [1, с. 341], является актуальной и значимой для современной социальной психологии.

Цель данного исследования – анализ субъективных представлений личности о соседях и соседстве как одной из привычных повседневных социальных практик, а также реконструирование



различных видов репутации личности соседа на основе субъективных оценок и мнений о нем.

Теоретические основания исследования

Соседство – исторически сложившийся неформальный социальный институт, имеющий свой этический культурно обусловленный кодекс поведения и сосуществования, включающий в себя совокупность норм и алгоритмов действий, определяющий специфику межличностных интеракций и коммуникаций людей, живущих на пространственно-близких, но автономных, обособленных и контролируемых ими территориях.

Социальная практика соседства, предполагающая гибкий алгоритм взаимосвязанных трансакций, организована вокруг и вблизи внешних (пространственно-территориальных) и внутренних (психологических) границ, к которым можно отнести следующие: между ожидаемым и реальным поведением соседа, обоюдной ответственности, доброжелательности и доверия, между Я как объект и Я как субъект, граница допустимости. Несанкционированная попытка нарушения любой из указанных границ всегда приводит к напряженности в межличностных отношениях и возникновению разного рода конфликтов. Обязательными атрибутами соседских взаимоотношений выступают вежливость и взаимопомощь [2], вписанные в ритуал соседства, принятый в том обществе, в котором происходит социализация и инкультурация личности.

Репутация личности, являясь социально-психологическим феноменом, представляет собой динамичную познавательную-оценочную систему согласованных мнений о ней, включающую в себя совокупность когнитивных конструктов, схем, рефлексивных оценок реальных, символических, персонализированных Других о той или иной личности. Она формируется как обобщенный результат мнений, суждений, представлений, оценок одной личности о другой, основанный на личностных репрезентациях взаимодействия «Я – Другой», отформатированных в координатах субъективированных ожиданий и предписаний, определенных той или иной социальной ролью [3].

Среди различных классификаций видов репутации личности нам импонирует типология М. Айзенеггера [4], в которой выделяются и



описываются функциональный, социальный и эмоциональный виды репутации личности. Функциональная репутация формируется с учетом критериев эффективности и успешности личности; социальная основана на соблюдении личностью морально-нравственных норм и ответственного поведения; эмоциональная связана с аттракцией, привлекательностью личности другого человека, обусловлена симпатией по отношению к нему. По мнению М. Айзенеггера, баланс перечисленных видов репутации является основой положительной репутации личности.

Организация и методы исследования

Основным методом исследования является опрос, проведенный с использованием авторской методики рефлексивного самоотчета «Я и Другой», включающей в себя как вербальные ответы на предложенные вопросы, так и графические сообщения [5]. Напомним, что в рамках указанной методики графические репрезентации играют вспомогательную роль и анализируются только с точки зрения следующих показателей: содержания, эмоционального фона, локализации и размеров Я и Другого.

В исследовании принимали участие 65 человек разного пола и возраста, которые проживают в различных условиях (большой / небольшой многоквартирный дом, отдельный дом, общежитие / коммунальная квартира). Респондентам необходимо было решить следующие задачи: 1) ответить на вопросы, направленные на выявление смыслового содержания понятия «сосед»; 2) назвать ассоциации, связанные с этим понятием; 3) перечислить личностные особенности соседей и дать характеристику «идеального соседа»; 4) обозначить специфику и модальность взаимоотношений с соседями; 5) описать психологическую дистанцию между собой и соседями; 6) определить сложившийся уровень доверия между соседями; 7) нарисовать рисунок под общим названием «Я и мои соседи».

Вопросы методики изначально были сконструированы таким образом, что давали возможность выявить не только характер межличностных отношений с соседями, специфические особенности соседской коммуникации и стратегии восприятия личности соседа, но и компоненты репутации личности соседа: функциональный, аффективный и социальный.

Результаты исследования и их обсуждение

Определяя, кто такой сосед / соседи, большинство респондентов указывают на территориально-пространственную близость соседа к себе – «*тот, кто живет рядом*», «*за стеной*», «*в одном подъезде*», «*в соседних домах*», «*посторонние, неизвестные люди*», «*любопытные люди*». Некоторые участники исследования к этому достаточно ши-

рокому и общему признаку добавляют оценочные характеристики, свидетельствующие о наличии субъективного смысла и коннотативного значения данного понятия – «*иногда вредители*», «*друзья*», «*помощники*», «*неизбежность*», «*приятные собеседники*», «*хорошие люди*», «*давно знакомые*». Обратим внимание на интересный ответ одного из респондентов, который определил соседей как «*людей, до которых мне нет никакого дела, но при этом я знаю, что происходит в их жизни*», подчеркнув тем самым парадоксальность ситуации совместного присутствия – вынужденность, непреднамеренность, случайность и серийность соседского другого взгляда и взгляда Другого.

Что касается характеристик идеального соседа, то обобщенные данные выявляют наличие двух доминирующих тенденций оценивания соседей: первая связана с тем, что идеальный сосед – это тот, «*кто не мешает мне жить*», «*с кем легко и удобно жить*», «*кто уже сделал ремонт*», «*отсутствие соседей*», «*тот, которого не видно и не слышно*». В этом случае идеальный сосед позиционируется как тихий, вежливый, незаметный, культурный человек, не имеющий детей, собак и машин, не предполагающий вступать в коммуникативный контакт с другими людьми и не навязывающий им свою помощь, в его квартире не слышны звуки и отсутствуют запахи. Вторая тенденция обусловлена желанием личности видеть в соседях активных людей, обладающих ярко выраженными коммуникативными свойствами и качествами характера, вызывающими симпатию и доверие личности: доброжелательность, дружелюбность, открытость, общительность, готовность прийти на помощь другому человеку и поддержать его в любой ситуации.

Аналогичные тенденции, отражающие разные установки и стратегии восприятия личности соседа, обнаруживаются при анализе ассоциаций, возникающих у респондентов. В одном случае ассоциативный ряд включает в себя все то, что так или иначе связано с шумами, помехами, неудобствами, беспокойством, дискомфортом: *дети, коляска, собака, лифт, уборка, сплетни, музыка, раздражение, ремонт, праздники*. Во втором случае специфичными оказываются ассоциации, имеющие совершенно другое содержание и указывающие на желательность, полезность и необходимость контактов с соседями: *магазин, задание, учеба, дружба, общий двор, частые встречи, просьба, помощь, взаимовыручка, старость, любопытство*.

Соответственно, можно говорить о наличии двух перцептивно-когнитивных стратегиях восприятия соседей:

1) эгоцентрическая стратегия, обусловленная собственными целями и интересами личности, ее стремлением оградить себя от разного рода неожиданных и нежелательных контактов и раздражителей, ориентацией на сохранение психологического комфорта и спокойствия, желанием полностью контролировать ситуацию;



2) диалогическая стратегия, опирающаяся на ресурсные возможности социальной практики соседства, подразумевающая активное взаимодействие и диалог личности с соседями, ориентированная на коммуникативный контакт между ними, взаимопомощь и психологическую поддержку.

Обращает на себя внимание, что полученные результаты выявляют независимость применения той или иной стратегии восприятия соседей от опыта личности и ее жилищных условий (проживание в общежитии, многоквартирном или отдельном доме). Кроме этого можно констатировать отсутствие половозрастной специфичности использования и реализации конкретной стратегии восприятия соседей. Это косвенно указывает на то, что выбор той или иной когнитивно-перцептивной стратегии детерминирован в большей степени индивидуально-психологическими характеристиками и коммуникативными особенностями конкретной личности. Вместе с тем, на наш взгляд, существует еще одна

очень важная детерминанта – это культура, к которой принадлежит личность. В рамках проведенного исследования нам не удалось выявить влияние социокультурных факторов на выбор той или иной когнитивно-перцептивной стратегии восприятия соседей в связи с незначительностью представленностью инокультурных респондентов в выборке. Вместе с тем обнаружение этой связи заслуживает специального исследования как в контексте сравнительного анализа когнитивно-перцептивных стратегий восприятия и оценивания соседей представителями разных культур, так и в плане влияния обозначенных стратегий на социально-психологическую адаптацию и аккультурацию людей, переселяющихся в другую культурную среду.

Проанализируем характер межличностных взаимодействий и взаимоотношений между соседями, модальность и интенсивность соседских контактов в зависимости от стратегии восприятия соседа (табл. 1).

Таблица 1

Стратегии восприятия соседа и характеристики соседских отношений

Стратегия восприятия соседа	Соседские взаимоотношения				
	Сфера отношений	Модальность	Глубина	Конфликт	Уровень доверия
Эгоцентрическая	Жилищные проблемы, встречи, вежливость, парковка	Индифферентные, отрицательные, положительные	Вежливые, только здороваемся, периодически ругаемся	Быт	Низкий
Диалогическая	Праздники, Новый год, общение, обмен новостями, проблемы ЖКХ	Положительные	Важные, вежливые, нормальные, периодически общаемся	Быт, несправедливость	Средний

Приведенные данные свидетельствуют о том, что при любой стратегии оценивания соседей отношения между ними могут носить позитивный характер и включать в себя повседневные ритуалы вежливости. Заметим, что для эгоцентрической стратегии, в отличие от диалогической, характерен весь спектр эмоциональных состояний: от положительных до индифферентных и даже отрицательных. Обратим внимание на то, что если негативная модальность соседских отношений чаще всего обусловлена персонифицированными межличностными контактами, конфликтами или конкретными ситуациями взаимодействия и не носит всеобщий характер, то индифферентность означает тотальное равнодушие и безразличие к соседям вообще, безучастность и отстраненность личности от любых контактов с ними, обезличенность соседей и осознанную дистанцированность от них.

Инвариантной является и сфера жилищно-коммунальных проблем, связанная с ремонтом, лифтом, двором, трубами, вывозом мусора, парковкой, которые неизбежно сопровождают совместное проживание людей, ведение общего хозяйства и необходимость контроля за соблюдением правил и норм поведения на общей территории. Одинаковые проблемы, с одной стороны, сближают людей, объединяя их усилия

и формируя групповую идентичность, а с другой стороны, порождают конфликт интересов, интенций и позиций, вызывая непонимание, ссоры, агрессивное и враждебное поведение. Но если при эгоцентрической стратегии жилищно-коммунального хозяйства – это единственная сфера совместных интересов соседей, то при диалогической стратегии области возможных контактов, связей и отношений значительно расширяются, включая в себя совместное проведение досуга, обмен новостями, межличностное общение.

Эмпирические результаты, полученные в исследовании, указывают на общее снижение уровня доверия личности к соседям. Если под доверием, вслед за Т. П. Скрипкиной, понимать вид установки-отношения личности, который определяется через соотношение меры доверия к себе и меры доверия к миру, позволяя атрибутировать соседям качества безопасности и ситуативной значимости [6], то полученные данные указывают на то, что при любой стратегии восприятия соседей уровень доверия не превышает средний. Более того, доверие приобретает форму «вынужденного доверия» или, вернее, обусловленного чрезвычайными и экстремальными обстоятельствами. При ответе на прямой вопрос «Можете ли Вы доверить соседям ключ от своей квартиры?» большинство респондентов однозначно отвечали «нет», тогда



как ответы «да» чаще всего давались со следующими уточнениями: «только если форс-мажор», «в экстренных, крайних случаях», «только одному», «если уезжаю и нужно кормить кота». Опираясь на мнение И. В. Антоненко о том, что субъективная значимость доверия повышается при сокращении социальной дистанции между субъектом и объектом доверия [7], можно констатировать не только снижение уровня доверия как условия стабильных согласованных и взаимных действий, но и значительное увеличение социальной дистанции между соседями в современных условиях.

Проанализируем графические репрезентации, представленные респондентами с разными перцептивно-когнитивными стратегиями восприятия соседей, с точки зрения содержания рисунка, его эмоционального фона, размера фигур и их локализации относительно друг друга. Анализ полученных данных позволяет говорить о существовании различий только двух выделенных индикаторов – содержания и эмоционального фона.

Для людей с эгоцентрической стратегией восприятия соседей характерны следующие модальности эмоционального фона рисунка:

1) нейтральный фон рисунка «Я и мои соседи», на котором изображены четко разделенные безликие люди или репрезентирующие их символы;

2) довольно агрессивный, враждебный фон, указывающий на ярко выраженный негатив, связанный с тем, что соседские отношения сопряжены со спорами, ссорами, конфликтами, излишним любопытством, осуждением и критикой.

Безликость обеих фигур, изображенных на рисунках, дополнительно акцентирует внимание как на отсутствии интереса к соседям со стороны личности, их субъективной нереперентности и малоценности для нее, так и на незначимости

собственной идентификации как соседа в пространстве множественных образов Я личности.

Для респондентов с диалогической стратегией восприятия соседей характерны иные особенности графических репрезентаций: позитивная эмоциональная окраска рисунка и его общий объединяющий всех персонажей сюжет как показатель однотипности жизненных историй соседей, совместности их существования и вместе с тем раздельности проживания людей.

Обратим внимание на явный графический инвариант, выявленный при анализе рисунков соседских отношений, – наличие четких границ между личностью и соседями. Эта закономерность характерна для людей с разными когнитивно-перцептивными стратегиями восприятия соседей и обусловлена, прежде всего, денотативным значением понятия «соседство», которое определяется как неформальный социальный институт с неписаным кодексом поведения и сосуществования, определяющий специфику межличностных отношений и интеракций людей, живущих на автономных, обособленных и контролируемых ими, пространственно близких территориях. Наличие обязательных границ, во-первых, подчеркивает пространственно закрепленную автономность личной территории и контроль каждого соседа над ней, во-вторых, маркирует отделение, обособление и пределы распространения суверенитета, феноменологически переживаясь как «моё и не моё», а в-третьих, символизирует связь, контакт и соединение в нечто общее и целостное, сопровождаемое переживанием «наше» [8].

Субъективные оценки и разнообразные мнения о личности соседей позволяют реконструировать виды репутации соседей в зависимости от выявленной стратегии их восприятия и оценивания (табл. 2).

Таблица 2

Виды репутации соседей в зависимости от типа перцептивно-когнитивной стратегии

Перцептивно-когнитивная стратегия	Виды репутации		
	Функциональная	Эмоциональная	Социальная
Эгоцентрическая	Отсутствует	Отсутствует	Акцент на нарушении морально-нравственных норм и ответственного поведения
Диалогическая	Отсутствует	Аттракция, симпатия, привлекательность	Акцент на соблюдении морально-нравственных норм и ответственного поведения

Приведенные данные свидетельствуют, прежде всего, об отсутствии баланса между функциональной, эмоциональной и социальной репутацией соседа, что, по мнению М. Айзенеггера, с которым мы полностью согласны, не может трактоваться как основа целостной позитивной репутации личности [4]. Соответственно, модальность обобщенной репутации соседей является негативной, а сама репутация характеризуется неустойчивостью и дисгармоничностью, поверхностностью и фрагментарностью при любой перцептивно-когнитивной стратегии восприятия и оценивания соседей.

Невыраженность, смысловая и содержательная «пустота» функциональной репутации соседа являются следствием того, что при создании динамичной познавательной-оценочной системы согласованных мнений и суждений о соседе не оцениваются и не учитываются те характеристики его личности, которые связаны с обеспечением эффективности профессиональной и любой другой деятельности, – компетентность, активность, независимость, способствующие в целом формированию уважения и интереса к личности Другого, основанные на признании его достоинств и заслуг.



При диалогической перцептивно-когнитивной стратегии репутация соседей конструируется на основе совокупных оценок коммунальных качеств соседей, таких как доброта, дружелюбие, честность, справедливость, имеющих отношение к тому, как личность ведет себя в разных ситуациях межличностного взаимодействия, выстраивая с другими людьми интерперсональные отношения и повседневные коммуникации. Соответственно, в этом случае эмоциональная репутация соседей связана с аттракцией как аффективным притяжением между людьми, основанном на взаимной симпатии, субъективной привлекательности одного человека для другого, согласованности ценностей и интересов.

Что касается социальной репутации, то она формируется при любой стратегии восприятия и оценивания соседей. Отличие заключается в дрейфе ролевых требований, предписывающих и предсказывающих соседские ожидания относительно соблюдения или нарушения норм совместного проживания, благодаря которым строится модель соседских взаимоотношений и интеракций. Так, при эгоцентрической когнитивно-перцептивной стратегии важными являются соседские экспектации по поводу нарушения кодекса совместного существования, в связи с чем любая поведенческая девиация соседей расценивается как ожидаемая и закономерная, вписанная в структуру их социальной репутации. Смещение фокуса внимания на совместное соблюдение правил и норм характерно для диалогической когнитивно-перцептивной стратегии восприятия и оценивания соседей. В этом случае устанавливается адекватный уровень взаимных ожиданий, который упорядочивает и регулирует взаимодействия и взаимоотношения между соседями.

Выводы

Отсутствие психологической потребности современного человека в установлении и поддержании близких и личностно ориентированных отношений с соседями является следствием социально-экономических трансформаций и преобразований в обществе, процессов глобализации, гетерогенности общества, изменения его состава, временной и ритмической структуры, смены образа и стиля жизни людей, развития информационно-коммуникативных технологий.

Характерными особенностями современных соседских отношений являются снижение референтности и глубины межличностных контактов, дефицит внимания и заботы о другом человеке, отчужденность и усиливающееся ощущение одиночества, снижение уровня доверия как условия

стабильных согласованных взаимодействий между людьми, значительное увеличение социальной дистанции между соседями в современных условиях. Помимо субъективной нереферентности и малоценности соседских отношений для личности выявляется также незначительность собственной идентификации как соседа в пространстве множественных образов Я личности.

Выявлено и описано две когнитивно-перцептивные стратегии восприятия и оценивания соседей: эгоцентрическая, ориентированная на собственные интересы личности, сохранение психологического комфорта и желание полностью контролировать ситуацию совместного присутствия с соседями через отчуждение и минимизацию контактов с ними; диалогическая, опирающаяся на ресурсные возможности социальной практики соседства, предполагающая активное взаимодействие личности с соседями и ответственное соседство. При любой стратегии оценивания соседей отношения между ними могут носить позитивный характер и включать в себя повседневные ритуалы вежливости и взаимовыручки.

Модальность обобщенной репутации соседей является негативной, а сама репутация характеризуется неустойчивостью и дисгармоничностью, поверхностностью и фрагментарностью при любой перцептивно-когнитивной стратегии восприятия и оценивания соседей.

Библиографический список

1. Шпет Г. Г. Психология социального бытия. М., 1996. 492 с.
2. Шмерлина И. А. Социальная экология соседства // Социальная реальность. 2006, № 9. С. 32–42.
3. Рягузова Е. В. Репутация личности как кредит доверия другого // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2014. Т. 14, вып. 1. С. 71–76.
4. Eisenegger M., Imhof K. The True, the Good and the Beautiful : Reputation Management in Media Society / Eds. A. Zerfass, B. Ruler, K. Sriramesh. Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations. Wiesbaden, 2008. P. 125–146.
5. Рягузова Е. В. Личностные репрезентации взаимодействия «Я – Другой» : социально-психологический анализ : автореф. дис. ... д-ра психол. наук. Саратов, 2012. 49 с.
6. Скрипкина Т. П. Психология доверия. М., 2000. 264 с.
7. Антоненко И. В. Социально-психологическая концепция доверия. М., 2006. 480 с.
8. Рягузова Е. В. Социокультурный парадокс (антиномия) различия «Я – Другой» // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2016. Т. 16, вып. 1. С. 85–89.

Образец для цитирования:

Рягузова Е. В. Репутация соседа, или Кто живет рядом с нами? // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Акмеология образования. Психология развития. 2017. Т. 6, вып. 2 (22). С. 134–139. DOI: 10.18500/2304-9790-2017-6-2-134-139.



Reputation of a Neighbor, or Who Lives Near Us?

Elena V. Ryaguzova

Saratov State University
83, Astrakhanskaya str., Saratov, 410012, Russia
E-mail: rjaguzova@yandex.ru

The article presents the results of empirical study that addresses perception of neighbors. As a major empirical method we used a questionnaire, using reflexive self-report technique «I – Other», which includes verbal statements and graphic representations. It revealed the presence of two strategies of perception and evaluation of neighbors: egocentric, focused on vested interest of a person, and dialogic, focused on the establishment of active connections and relationships with neighbors. The obtained data can describe the subjective perception of neighbors and the strategy of interaction with them, and it also states that the modality of a generalized reputation of neighbors is negative and reputation itself is characterized by instability and disharmony, exteriority and fragmentation at any perceptual-cognitive strategies of perception and evaluation of neighbors.

Key words: interaction I – Other, personal representation of the interaction, social practices of neighboring, social reputation, functional reputation, affective reputation.

References

1. Shpet G. G. *Psikhologiya sotsial'nogo bytiya* (Psychology of social being). Moscow, 1996. 492 p. (in Russian).
2. Shmerlina I. A. Sotsial'naya ekologiya sosedstva (Social ecology of neighborhood). *Sotsial'naya real'nost'* (Social reality), 2006, no. 9, pp. 32–42 (in Russian).
3. Ryaguzova E. V. Reputatsiya lichnosti kak kredit doveriya drugogo (Person's reputation as credit of other's trust). *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2014, vol. 14, iss. 1, pp. 71–76 (in Russian).
4. Eisenegger M., Imhof K. The True, the Good and the Beautiful: Reputation management in media society // Eds. A. Zerfass, B. Ruler, K. Sriramesh. *Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations*. Wiesbaden, 2008. P. 125–146.
5. Ryaguzova E. V. *Lichnostnye reprezentatsii vzaimodeystviya «Ya – Drugoy»: sotsialno-psikhologicheskii analiz: aftoref. dis. ... d-ra psikhol. nauk* (Personal representations of «I – Other» interactions: socio-psychological analysis: autoref. diss. ... doct. of psychology). Saratov, 2012. 49 p. (in Russian).
6. Skripkina T. P. *Psikhologiya doveriya* (Psychology of trust). Moscow, 2000. 264 p. (in Russian).
7. Antonenko I. V. *Sotsial'no-psikhologicheskaya kontseptsiya doveriya* (Socio-psychological concept of trust). Moscow, 2006. 480 p. (in Russian).
8. Ryaguzova E. V. Sotsiokul'turnyi paradoks (antinomiya) razlicheniya «Ya – Drugoi» (Paradox (Antinomy) Distinction between «I – Other»). *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2016, vol. 16, iss. 1, pp. 85–89 (in Russian).

Cite this article as:

Ryaguzova E. V. Reputation of a Neighbor, or Who Lives Near Us? *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Educational Acmeology. Developmental Psychology*, 2017, vol. 6, iss. 2 (22), pp. 134–139. DOI: 10.18500/2304-9790-2017-6-2-134-139.