

## 不信任研究脉络梳理与未来展望

贾 雷,周 星,朱晓倩

(厦门大学 管理学院,福建 厦门 361005)

**摘 要:**不信任是指个体基于对他人缺乏能力、善意或不负责任的预期而保护自己不受伤害的状态。随着不信任作为一个独立的概念从信任中分离出来,不信任逐渐成为学者们研究的另一热点问题。本文从不信任的概念演进,不信任的类型、维度及作用机理,不信任的影响因素以及不信任的影响效应等方面对现有不信任研究成果进行了评介,并在分析现有研究不足的基础上指出了未来的相关研究方向。

**关键词:**信任;不信任;单因素观;双因素观;关系管理

**中图分类号:**F270 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-4950(2012)08-0073-09

### 一、引 言

信任是关系管理的核心,对于建立和维持双方的关系发挥着重要的作用(Cho,2006)。人与人之间的信任是社会协调互动和合作的基础(Blau,1964),如果社会关系处于高度信任的水平,那么就能降低人与人之间的交易成本,从而提高合作的稳定性(Nootboom,2002)。从上世纪五十年代开始,便有学者研究如何建立和维持信任关系问题,但一直以来,很少有学者关注与信任相对的概念——不信任。这主要是由于既有研究常常把不信任看成是与信任同一概念范畴的对立面(Cho,2006),即信任与不信任是处于同一连续体两端的同一概念(Deutsch,1958;Rotter,1980;Barber,1983)。如果信任和信任是同一概念的两个对立方面,那么,忽略对不信任的研究倒也无关系要;但如果两者是两个不同的概念,那么,对

不信任的研究就显得至关重要(McKnight和Choudhury,2006)。Lewicki等在1998年就对前人的研究提出了质疑,明确指出信任与不信任是两个不同的概念,并系统论述了两者在一定条件下可以并存的问题。随后,不信任就逐渐成为许多学者关注的一个焦点问题,并成为信任研究的一个重要分支。据此,本文在梳理现有文献的基础上,从不信任的概念界定发展,不信任的类型、维度及作用机理,不信任的影响因素以及不信任的影响效应等方面梳理了不信任研究的演进脉络,并在分析现有研究的基础上指出了未来相关研究的可能发展方向。

### 二、不信任研究脉络梳理

不信任概念的提出及其定义的形成经历了从单因素观到双因素观的转变,传统的单因素观把不信任看作是信任的对立面,而双因素观则从理

收稿日期:2012-04-06

基金项目:教育部人文社会科学研究基金项目《多渠道环境下的消费者渠道迁徙行为研究》(编号:11YJA630215)

作者简介:贾 雷(1984—),男,厦门大学管理学院博士研究生;

周 星(1967—),女,厦门大学管理学院教授,博士研究生导师;

朱晓倩(1989—),女,厦门大学管理学院。

论和实证两个方面驳斥了单因素观,不但证明了两者是两个不同的概念,但可以并存,而且进一步给出了不信任的定义。

#### (一)关于信任与不信任的单因素观

早期的信任与不信任研究把两者看成是一个单维两极概念,认为两者处于同一连续体的两端,即信任与不信任相互分离但却处于同一连续体上(Omodei和McLennan,2000)。这种传统的单因素观认为,不信任不是一个独立的概念,而只是信任的对立面,高信任就是低不信任,低信任就是高不信任;而且,高信任的结果一定会导致低不信任的结果,而低信任的结果往往意味着高不信任结果的出现(Gans等,2001)。因此,如果把信任和信任的关系看成是单一连续体的两极,一端是完全的信任,另一端是完全的不信任,那么,信任和信任就不可能同时存在(Stack,1988;Tardy,1988)。信任—不信任单因素观是建立在传统的人际关系观上的。首先,传统的人际关系观认为,个体人际关系的质量只取决于人际关系的某一成分或维度。以与任务相关的人际交互为例,当个体不信任对方的某一方面时,就会对其他方面产生不信任,并且在其他情境下也不再会信任对方(Lewicki等,1998)。其次,传统的人际关系观主张的是人际关系的平衡性和一致性,人际关系只有同时具有平衡性和一致性才可能得到维持。当正价和负价关系同时存在时,个体的心理就会失去平衡,从而导致个体产生不愉快的体验,而这正是一种个体竭力避免或至少力图减弱的状态。因此,传统的人际关系观把人际关系看作是一个单维的连续体,在这个连续体的一端是积极的交互情感,另一端则是消极的交互情感。信任和信任作为人际关系的重要影响因素倘若同时存在于某个个体身上,那么,相关个体就会处于矛盾的心理状态。这种心理状态本质上是短暂且不稳定的,个体会主动设法克服或减弱这种状态(Lewis和Weigert,1985;Lewicki和Bunker,1995)。因此,在传统的单因素观看来,信任和信任是相互排斥和对立的,并且把信任看成是积极的,而把信任看成是消极的(Lewicki等,1998)。许多研究也正是基于这一认识致力于探讨如何建立和维持人际信任关系,努力减少并控制不信任因素。

#### (二)关于信任与不信任的双因素观

随着研究的不断深入,越来越多的学者发现,信任与不信任两者之间并不像传统单因素观所认为的那样相互排斥、对立。在很多情况下,它们会同时出现在同一个体身上,因此,它们很可能是两个不同的概念。因此,有学者(如Lewicki等,1998)对传统的单因素观提出了质疑,并逐渐形成了有关信任与不信任的双因素观。

1. 信任与不信任可以同时并存。1998年,Lewicki等对传统的人际关系观提出了质疑,批判了传统人际关系观的前提假设,否定了传统单因素观,并提出了自己的人际关系观。他们认为,人际关系是多元的,包括多个方面,个体在与他人交往的过程中既能认识到他人值得信任的方面,又能发现他人不值得信任的方面。而且,随着信任关系的建立和发展,个体会从一开始对他人完全的信任逐渐发展为细化、深入的信任。同时,个体认知和感知的平衡性和一致性只是暂时的,是一种过渡状态,个体间的关系在大部分时间里是不平衡和不一致的,由此产生的心理冲突也不需要马上解决。因此,在多元、复杂的人际关系中,个体可以同时信任和信任另一个体,而且个体也不会像传统的人际关系观所认为的那样去竭力克服或减弱不平衡状态。由此,Lewicki等(1998)指出信任和信任是可以同时并存的,并建模根据信任和信任的程度把人际关系分为四个象限,即低信任、低不信任,高信任、低不信任,低信任、高不信任以及高信任、高不信任。Lewicki等的这个研究结论得到了许多学者的认同,后来越来越多的学者研究发现:在很多情况下,信任与信任是同时存在的。例如,Benamati和Serva(2007)实证研究了银行与其客户之间的信任关系,并且发现信任双方的关系是复杂的,客户在一些方面信任银行的同时又在其他方面不信任银行,如客户可能信任银行能帮助他们管好储蓄账户,但并不信任银行能帮他们做好投资。Carol和Choon(2009)则按照Lewicki等的模型进行了实证调查,通过访谈不同的实验小组,根据被试对两个出售电子产品的零售网站的感知和态度验证了信任与信任可以同时存在。具体而言,30.9%的被试是高信任、低不信任,19.1%是高信任、高不信任,17%是低信任、低不信任,33%是低信任、高不信任。这一研究结果进一步表明信任

和不信任是可以并存的,也证明了 Lewicki 等人(1998)的模型的合理性和解释力。

2. 信任与不信任是两个不同的概念。旨在建立信任的努力并不总能消除不信任,更重要的是,提高信任水平并不能改变高不信任状态,高信任状态也不能通过降低不信任水平来促成。因此,信任与不信任是有区别的,两者很可能是两个完全不同的概念(Lewicki 等,1998)。在 Lewicki 等(1998)的模型中,低信任和高不信任并存但又不会相交,这很好地说明了信任与不信任是两个独立的概念,在信任作为“好”的情况和不信任作为“坏”的情况之间并没有一个单维的中点。目前有许多实证研究为“信任与不信任不是单维双极概念,而是两个不同且相互分离的概念”提供了证据。其实,早在 1969 年,Constantinople 就考察了大学生的基本信任和基本不信任问题,他用测量自我概念(self-concept)的方法,通过对不同年级和性别的大学生在自卑、孤立、信任等方面的测量考察了大学生的个性发展方向。Constantinople 采用正反两种题项来对自卑、孤立、信任等进行测量,结果显示可以把信任和不信任作为独立的概念分开测量,而且随着研究对象大学生的年级、性别等变量的变化,信任和不信任各自会发生不同的变化。1991 年,Robinson 等对 Wrightsman(1964 和 1974)的人性哲学量表进行了分析,结果发现信任信念有别于不信任信念,两者是相互独立的,而不应被简单地看成是一个概念的两极。Lee 和 Huynh(2005)对 IT 外包厂商之间初始信任和初始不信任的研究表明,初始信任会影响双方的信任关系,而初始不信任并不会影响双方的信任关系,这说明初始信任和初始不信任可能是两个不同的概念,否则它们的作用效果应该是相同的。McKnight 和 Choudhury (2006)则采用实验法以网上法律顾问商为研究对象进行了检验,整个过程包括两个实验,第一个实验用来检验信任与不信任是不是两个相互区别的概念,而第二个实验则检验两者是否具有不同的前置影响因素和结果变量,结果显示:信任与不信任确实是两个不同的概念,两者的影响因素虽然相关但却是不同的;更重要的是,它们会对采用网上法律顾问商的用户产生不同的影响。Benamati 和 Serva(2007)通过研究信任和信任对网上银行用户的

影响证实了它们是两个相互分离的概念,而且呈现负相关关系,他们借鉴 Lewicki 等(1998)的模型描述了用户对网上银行的信任与不信任关系,并把它们分为四个象限,分别为既无信任也无不信任、有信任而无不信任、无信任而有不信任、既有信任又有不信任,并且指出信任与不信任并存是一种最健康的信任模式,是一种比较成熟的关系,因为只有充分了解对方的长处与不足,才可能产生“有限信任”。这种“有限信任”通过一定水平的不信任来确定信任的边界,而不是盲目地信任。基于这种信任模式的双方在承认对方长处时也能看到彼此的不足,并据此相互监督。而 Dimoka(2010)则采用功能磁共振成像(FMRI)技术不但证明了信任和不信任是两个不同的概念,而且分别对它们进行了详尽的阐释。他利用 FMRI 技术扫描人脑的不同功能区域,并且认为:如果信任与不信任是同一概念,那么,它们应该激活大脑的同一功能区域;而如果两者激活大脑的不同区域,那么就说明两者是不同的概念。实验结果显示,信任与不信任激活了大脑的不同功能区域:信任激活了大脑中与期望奖励、预测他人行为、计算不确定性相关的功能区域;而不信任则激活了大脑中与强烈的负面情绪和害怕失去有关的功能区域,因此,信任和不信任是两个与不同的神经活动过程相联系的不同概念。

### (三)不信任概念内涵界定的发展

虽然有越来越多的学者已经证明了信任与不信任是两个相互分离的不同概念,但是,学者们大多仍然按照信任的内涵结构来界定不信任的内涵。Luhmann(1979)认为,信任是施信方对受信方会采取有利行为的预期,而不信任则是个体对他人会做出伤害行为的预期,也就是说个体认为他人不会做出有利于自己利益最大化的行为(Barber,1983)。Margalit(2004)进一步指出,不信任反映的是个体对他人没有能力、负面动机和伤害行为的预期。实际上,不信任并不仅仅是缺少信任,而且还是个体对他人会损害自己利益的预警(Cho,2006)。在网上购物时,产生不信任的消费者会怀疑网络商家的动机、意向和行为,甚至认为他们用心险恶,从而终止购买行为(Carol 和 Choon,2009)。Dimoka(2010)在回顾不信任研究文献(如 Sitkin 和 Roth,1993;Lewicki 等,1998;

Kramer, 1999)的基础上,把不信任定义为个体基于相关个体没有能力、缺乏善意、不负责任的预期而保护自己不受伤害的状态。

通过上文分析可以看出,不信任概念的发展经历了从单因素观到双因素观的演进过程,从最初认为信任和信任呈单维双极关系逐渐演变为认为信任和信任是两个相互区别的不同概念。学者们通过实证发现信任和信任可以并存,但是两个不同的概念,并在此基础上单独对不信任进行了定义。图1对不信任概念的演进进行了图示。

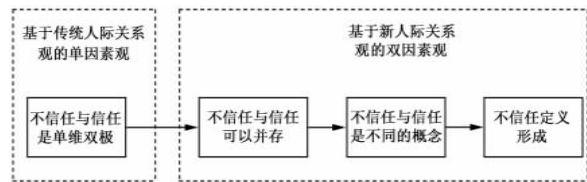


图1 不信任概念演进

### 三、不信任的类型、维度及作用机理

现有文献在研究不信任时较少涉及对不信任类型的划分,只有 McKnight 和 Chervany 在 2001 年整合了其他学者对不信任的定义,并参照信任类型的区分标准把不信任分为三种不同的类型,即个体不信任倾向、制度不信任和人际交互不信任。其中,个体不信任倾向是指一种个体在大多数情况下不愿信任别人的持续性倾向。个体不信任倾向的形成不仅取决于个体是否认为大多数人不好意、不可靠(对人性的怀疑),而且还取决于个体是否认为如果处理得当,与不好意、不可靠的人合作也能取得好的结果(不信任立场),它根植于个体的信仰、期望和感觉,在不同的个体之间具有较大的差异。如果个体倾向于怀疑大多数人的善意或正直,并认为信任大多数人会使自己处于易受伤害的状态,那么就具有较高的不信任倾向,反之则有较低的不信任倾向。制度不信任是指个体对客观环境(如法律制度、保障措施等)产生较大风险的感知,其来源在于个体对某一制度结构性保证和情境规范的判断。其中,结构性保证是指有利于交易成功的保护性结构,如担保、合同、规章、承诺等;而情境规范则涉及交易习惯和规则,个体往往会通过观察交易习惯和规则是否正常来判断交易能否成功(Baier, 1986)。因此,

如果个体在进行交易时感知到某一制度的结构保证或情境规范不够健全,那么就会形成交易存在较大风险的判断,从而产生对相关制度的不信任。人际交互不信任主要涉及人与人之间的关系。根据 Lewicki 和 Bukner(1996)“人际信任的建立是一个动态发展过程”的思路,McKnight 和 Chervany(2001)研究发现:人际不信任的发展也是一个动态变化的过程,个体在人际交互中会对对方进行认知判断,与其内心的期望进行比较;而且,这种认知比较是动态变化的。

在划分不信任维度时,学者们也是从信任的研究结论中寻找依据。McKnight 和 Chervany(2001)借鉴 Mayer 等(1995)划分信任维度的方法,把不信任的维度分为恶意、无能力、不诚实和不可预测性。而 Dimoka(2010)采用 FMRI 技术研究发现:信任和信任都与大脑中偏认知区域和偏情绪区域相联系,但与信任信念和不信任信念的维度相联系的具体大脑区域却明显不同:信任信念的可信性维度与眼窝前额皮质(orbitofrontal cortex)的低水平活动相联系,善意维度与前旁皮质(anterior paracingulate cortex)高水平活动相联系;而不信任信念的两个维度(不可靠性和恶意)激活的是岛叶皮质(insular cortex),而扁桃体(amygdala)则只能由恶意激活。据此,Dimoka(2010)认为,不信任应该由恶意和不可靠性两个维度构成,恶意和不可靠性是不信任这一独立概念特有的两个维度。可见,不信任的维度不同于信任的维度。

Mayer 等(1995)在研究信任时发现,施信方在信任受信方之前,要经历一个认知判断过程,然后会建立信任信念,产生信任意向,最后才采取基于信任的行为。McKnight 和 Chervany(2001)研究发现,就像信任过程一样,不信任也先要经过认知判断,然后形成不信任意向,最后才采取不信任行为。虽然不信任的作用机理和信任的作用机理是类似的,但 McKnight 和 Chervany(2001)指出,对于不同的不信任类型,不信任意向的来源是不同的。个体不信任意向主要来源于个体的无依赖意愿和主观无依赖的可能性,具有无依赖意愿的个体担心信任别人会使自己受到伤害,而具有主观无依赖可能性的个体则主要基于个体对自身能力的判断,认为自己有能力处理而无需依赖别

人。个体的不信任意向通常是初始就形成的,而制度和人际不信任意向则是在交互过程中慢慢形成的,来源于个体对制度的结构保证和情境规范以及人际交往中对对方是否恶意、是否诚实、是否有能力等的判断。一旦个体形成了不信任意向,就很可能做出一些不信任的行为,如不愿合作、扭曲信息、加强控制、不受他人影响、取消交易等,其中取消交易是市场关系中具有不信任意向的个体的最终武器(Shapiro等,1992),因为这样可以完全不依赖别人,保护自己不受伤害。不过,也有学者运用其他理论探讨或实证证明了不信任建立过程与信任建立过程之间的区别。Sherrie等(2008)运用过程理论对产品推荐代理网站进行了研究,结果发现信任与不信任的建立过程是不同的,信任是经过深思熟虑慢慢发展起来的,而不信任则是基于情绪线索建立起来的,是快速、散发性的(Wiethoff和Lewicki,2005)。Dimoka(2010)研究发现信任与不信任引起大脑回应的类型(故意与自动)、性质(镇定与狂乱)(McKnight和Chervany,2000)和时间(长期与短期)等是不同的,因而为认为信任与不信任建立过程和作用机理不同的观点提供了支持。

由上可知,不信任类型和维度划分研究还很不充分。图2根据现有研究对不信任的类型、维度和作用机理进行了图示。

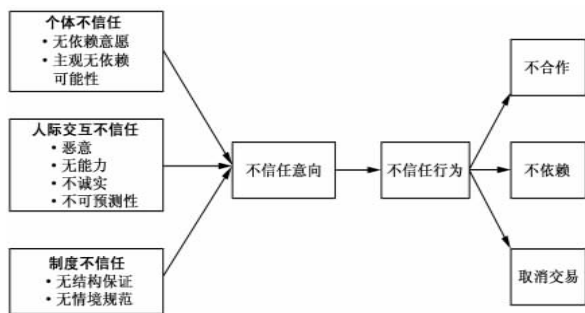


图2 不信任类型、维度及作用机理

#### 四、不信任的影响因素

目前,学者们并没能就不信任的影响因素达成一致。Cacioppo和Gardner(1993)指出,信任与不信任之间存在类似于正、负价概念的关系,正价概念和负价概念往往是负相关的。因此,信任与不信任的前置影响因素也是不同的。Lewicki

(1998)呼吁系统探索和理解信任与不信任的各自性质、前置影响因素和后果。大量的研究表明,信任和不信任是有本质区别的,因此,假设影响信任的积极因素就是影响不信任的消极因素是不正确的。但是,McKnight等(2006)却认为,信任和不信任显著强相关,它们的前置影响因素虽然有区别,但却是相似的。所以,不信任与信任前因的不同只是程度问题。虽然学者们对是否需要重构不信任的影响因素仍存在分歧,但在探索不信任的影响因素时却大多借鉴赫兹伯格的双因素理论和线索诊断理论(Skowronski和Carlston,1987;Taylor,1991;Oliver,1997),把不信任的影响因素分为保健和激励两种。Sirdeshmukh(2002)认为,任何一种属性只要存在消极和积极两个方面,就会产生不对称效应。过去学者们提出的不对称效应主要是针对消极方面的,如负面信息对个体判断的影响比正面信息更大(Anderson和Sullivan,1993;Mittal等,1998),但Sirdeshmukh(2002)指出不止是消极方面会对个体判断产生不对称影响,积极方面也会对个体判断产生不对称影响。按照Herzberg(1966)的双因素理论,保健因素上的负面表现对个体判断的影响大于正面表现的影响,这与消极因素效应观是一致的,而激励因素上的正面表现对个体判断的影响则大于负面表现的影响,这就产生了积极效应的不对称性。根据线索诊断理论,Skowronski和Carlston(1987)指出,个体对某个属性表现好坏的感知受到个体中立点的影响,如果过去对这一属性表现的感知是负面的,那么现在该属性上的正面表现会对个体判断造成较之负面表现更大的影响,反之亦然。这两个理论否定了只有消极方面才有不对称效应,而认为消极方面和积极方面都可能有不称效应,关键要看相关属性的性质。因此,对于影响信任或不信任行为的任何一个因素来说,积极方面和消极方面都会对个体造成不对称的影响。据此,目前学者们主要从保健因素和激励因素两个方面来探讨不信任的前置影响因素问题,但对于保健因素和激励因素的归类根据不同的研究视角采用不同的方法,具体有以下两类。

第一类是对信任的维度(善意、能力、正直)按照它们对信任和不信任的不对称影响来进行归类,也就是把它们分为激励因素和保健因素。信

任与不信任是基于施信方对他人能力和善意的判断而形成的(Cho, 2006),由不同的认知来支撑(Robinson等,1991)。Lewicki等(1998)指出,虽然信任和不信任产生的基础是类似的,但同一维度对信任和不信任的影响却是不同的。Sirdeshmukh等(2002)通过实证研究证实了信任的不同维度确实存在不对称的影响,善意类似于保健因素的作用,它对信任消失的影响要明显大于对信任建立的影响,而能力则类似于激励因素的作用,它对信任建立的影响要大于对信任消失的影响。而Cho(2006)则实证研究发现,对于书和衣服来说,善意都是创造信任的因素,它对信任的积极作用比对不信任的消极影响更为显著,类似于激励因素,而能力更像是减少不信任的因素,它对不信任的消极影响比对信任建立的积极影响更为显著,因而类似于保健因素。可见,虽然大部分学者认同信任的不同维度对信任和不信任有不对称的影响,但是,在不同的情境下,哪个维度相当于保健因素,哪个维度相当于激励因素,并没有统一的答案。

第二类主要集中在网络背景下将现有网站设计研究得出的网站特征分为保健因素和激励因素(Zhang和Dran,2000)。信任与不信任类似于正向效应和负向效应,由于与正向效应有关的因素和与负向效应有关的因素是不同的(Watson和Tellegen,1985),因此,影响信任的因素不一定影响不信任,反之亦然(Benamati,2007)。学者们据此以网络为背景检验各种因素对信任和不信任的不同影响,并将影响信任较多的因素归为激励因素,而把影响不信任较多的因素归为保健因素。Carol和Choon(2009)以用户对各种网站设计特征的感知为自变量,研究他们对信任与不信任的不同影响,结果发现用户对一些因素的评价能够很好地预测不信任,这些因素主要是提供网上交易最基本的功能属性,包括技术功能、情境规范、问题解决导向、信息质量等,这些因素被称为保健因素;而用户对另一些因素的评价能更好地预测信任,这些因素是可以激励用户浏览网页和向用户提供附加值的网站属性,包括愉悦感、知识和技能帮助、满足定制化需求等,这些因素被称为激励因素。然而,并不是所有的前置因素都可以单一地归入保健因素或者激励因素,Carol和Choon(2009)还研究发现了一些具有双重属性的特征,

如网页整体外观、感知有用性、感知易用性、结构性保证以及一些无法归类的特征,如第三方认证和反馈机制,其原因可能是用户将这些网络属性看成是网站的宣传手段,而用户更加相信自己的经验而不是外部信息。第一次访问时,反馈机制和第三方认证都有效果,但随着用户经验的增加,对于外部信息的关注会逐渐下降,而越来越倾向于相信自身的感受。

## 五、不信任的影响效应

个体信任或不信任他人的影响效应主要表现在对个体自身决策的影响上,目前学者们主要是从以下两个方面展开这方面的研究。一方面,从对个体决策的整体影响看,信任与不信任会产生不对称的影响,不信任对决策的影响更加显著;另一方面,从对其他方面的影响来看,信任与不信任也具有不对称性,信任对有些方面的影响要比不信任更加明显,而在另外一些方面,不信任的影响要超过信任的影响。

从对个体决策的整体影响来看,不信任与信任的作用类似,都是一种处理风险、简化决策的机制。但是,在决策过程中,不信任比信任扮演着更重要的角色(Singh和Sirdeshmukh,2000),不信任的变化对决策的影响更加剧烈(Hardin,1993)。这是因为负面信念比正面信念更有力、更可信(Kahneman和Tversky,1979)。Singh和Sirdeshmukh(2000)在以代理理论和信任理论为基础提出的一个关于个体与他人接触时产生满意感及其对未来交易忠诚度影响的机制框架中指出,信任在代理机制与满意感形成方面起着调节作用。其中,能力不信任较之能力信任对消费者购前预期表现的影响更大,而善意不信任对消费者购前价格公平感的影响则大于善意信任。这说明能力和善意不信任要比能力和善意信任对消费者满意度的影响更大,从而更能影响消费者的购买决策。国内学者李伟民和梁玉成(2002)在分析国人的信任结构时发现,国人以观念信仰为基础的普遍信任由两个因子构成,即“性恶因子”和“性善因子”,他们通过分析因子特征值和变异比发现“性恶因子”对于变异的解释明显大于“性善因子”,这说明“性恶因子”所包含的各种关于人性的观点对普遍信任产生较大的影响。这一现象可以通过陌生化效应和前景

理论来解释。陌生化效应(Kaplan 1976)的假设前提是人们一般将世界看成是适度积极的,这种适度积极感知在人们心中就形成一个感知锚,因此,负面印象被认为是不正常的,比正面印象更加新奇,更加深刻。由于不信任反映了对个体内心期望或者社会规范的违背,因此在个体的记忆中会形成更强的编码(Taylor, 1991),从而对个体判断产生较之信任更为强烈的影响。前景理论则认为,潜在损失对人们决策的影响要远远大于潜在收益的影响。在同等程度下,负面信息在个体眼里的分量更重。信任是与预期收益相联系的,因为信任者认为对方会考虑自己的利益并按照自己预期的方式行事,而不信任是与预期损失相联系的,不信任者往往会认为对方不会考虑自己的利益,因此,同等程度的与预期损失相联系的不信任比与预期收益相联系的信任对个体决策影响更大。

但从对其他方面的影响来看,不信任并不是在所有其他方面都比信任产生更大的影响。基于整体效果的观点,学者们在提出假设时大多认为对于其他具体方面,不信任的影响更大,而结果却显示信任对于其他一些方面的影响要大于不信任。McKnight等(2002)研究发现,风险水平会调节信任和不信任的相对作用,对于低风险感知变量(如访问网站意愿、网站质量感知等),信任的影响更大;而对于高风险感知变量(如对网站的信任意向),则不信任的影响更大。这是因为在高风险下,个体对未来结果存有疑虑和担心,往往会形成消极和否定的态度。Cho(2006)的实证研究表明,不信任对个体减少自我披露(self-disclosure)的效应比信任增强自我披露的效应更强,但对于个体承诺信任意愿的影响,高水平信任比低水平不信任更大。为了使研究结论具有更广泛的适用性,Cho同时以享乐品和搜索品为对象进行调查,结果显示:对于享乐品和搜索品来说,不信任对个体自我披露的效应都是显著负向的,而信任的作用并不显著;同时,对于个体承诺信任的意愿,信任的作用在享乐品和搜索品上都是显著正向的,而不信任的显著负向作用只在搜索品上表现出来。Benamati等(2006)的实证研究则显示,尽管不信任对使用网上银行的意向产生显著的负向影响,但没有信任的影响大,并且当信任与不信任同时存在时,不信任的作用就不显著,而信任的作用

则仍然显著。McKnight等(2006)对信任和不信任的关系在B2C情境下进行了实证研究,结果发现信任对用户是否会听从网站建议产生更大的影响,而不信任对用户提供个人信息的意愿和购买意愿的影响更大。Carol和Choon(2009)也指出,不信任与信任对用户使用意向的影响是不对称的,不信任对使用意向的影响比信任更大,所以网站不仅要建立信任,而且更要注重减少用户的不信任,消除阻碍使用意向形成的障碍。Dimoka(2010)则通过行为研究和fMRI技术收集证据证明了不信任对个体价格忍让的影响大于信任的影响,并且不信任的神经关联能够比信任的神经关联更好地预测价格忍让程度。表1总结了现有研究关于信任与不信任对个体决策以及其他方面产生不对称影响的结论。

表1 信任与不信任的不对称影响研究汇总

|               | 学者(年份)                     | 因变量          | 信任 | 不信任 |
|---------------|----------------------------|--------------|----|-----|
|               |                            |              |    |     |
| 对个体决策的不对称影响   | Kahneman 和 Tversky (1979)  | 个体决策         |    | ★   |
|               | Hardin(1993)               | 个体决策         |    | ★   |
|               | Singh 和 Sirdeshmukh (2000) | 个体决策         |    | ★   |
|               | 李伟民和梁玉成(2002)              | 个体决策         |    | ★   |
|               | McKnight等(2003)            | 个体决策         |    | ★   |
| 对其他具体方面的不对称影响 | Cho(2006)                  | 个体承诺<br>自我披露 | ★  | ★   |
|               | Benamati等(2006)            | 网上银行使用意向     | ★  |     |
|               | McKnight等(2006)            | 听从网站建议       | ★  |     |
|               |                            | 提供个人信息的意愿    |    | ★   |
|               | Carol和Choon(2009)          | 购买意愿         |    | ★   |
|               |                            | 使用意向         |    | ★   |
|               | Dimoka(2010)               | 价格忍让         |    | ★   |

注:“★”表示对因变量的影响较为显著。

资料来源:根据相关文献整理。

## 六、现有研究不足剖析与未来研究展望

随着信任研究的不断深入,不信任作为独立的概念得到了越来越多的学者的认同和支持,逐渐成为一个新的研究热点,已有不少学者对不信任问题进行了有益的探索。但是,由于对不信任的研究才刚刚起步,现有研究仍存在许多不足,归纳起来,主要体现在四个方面。

首先,没有从根本上单独、系统地研究不信任问题。虽然许多学者在信任与不信任是两个不同的概念这一点上已经达成了共识,而且有学者研究了不信任的性质、影响因素、类型、维度、影响效



应等方面的问题,但现有不信任研究仍是基于信任的维度、影响因素和后果展开的,通过测量这些因素与不信任之间的关系来检验双因素观是否成立,并没有从根本上单独、系统地研究不信任问题。例如,McKnight 和 Chervany(2001)采用按信任的类型和维度类推的方法分析了不信任的类型和维度。Sirdeshmukh 等(2002)以及 Cho(2006)则把形成信任的三个维度看成是形成信任与不信任维度的集合,并把它们分为影响信任较多的维度和影响不信任较多的维度。在研究不信任形成机制的文献中,Carol 和 Choon(2009)对影响信任的网站特征做了简单归类,把影响信任较多的网站特征归类为激励因素,而把影响不信任较多的网站特征归类为保健因素,但没有深入阐释这些因素的内在特性。此外,现有文献也主要是借用信任对决策的影响来区分不信任对决策的不对称影响效应。但现有文献都没有论证以信任研究成果作为不信任研究的基础的可行性,也很少关心不信任和信任在形成机制以及对行为结果的影响方面有多大程度的不同(Cho,2006)。因此,目前有关不信任的性质、前置影响因素和影响效应的实证研究不但为数很少,而且结论也不一,从而导致理论争论因缺乏实证支持而仍相持不下。

其次,现有研究较少关注不信任与情绪的关系。现有有关信任和信任作用机理的研究大多基于认知理论,但个体在做出信任或不信任决定时往往会伴随一些情绪产生,这些情绪的产生会对个体的心理和行为产生非常明显的影响,有时甚至会超越认知而起主导作用(Bagozzi,1999)。McKnight 和 Chervany(2000)认为,不信任会引起个体慌乱和情绪化的心境,而信任则会使个体平静和镇定。因此,不信任常常与恐惧、不安、偏执、愤怒、憎恨等负面情绪相联系,而信任则常常与希望、信心、安宁等正面情绪联系在一起(McKnight,2003)。但这些结论大多是基于推测,只有个别学者提供了相关证据。Dimoka(2010)通过神经学研究发现:不信任与扁桃体相关,扁桃体是激起强烈、突然的情绪特别是负面情绪(LeDoux,2003)的主要功能区域(Kenning 等,2005)。扁桃体的激活是突然、短暂的,可以让个体很快逃离可能受到伤害的情境以避免伤害。此外,扁桃体还与情绪和认知在决策时的互动有关(Phelps,

2006),可以将强烈的负面情绪转化为认知结果。虽然信任与不信任都有情绪元素,但信任更多是一种认知信念,而不信任则更多是满载情绪的信念(Sitkin 和 Roth,1993;McKnight 和 Chervany,2006;Dimoka,2010)。目前,这方面的实证研究较少,相关研究大多停留在理论推断层面。

再者,缺乏测量不信任的专用量表。由于迄今仍没有开发出测量不信任的专用量表,学者们在做问卷调查时往往采用正向陈述方式来测量信任,采用负向陈述方式(即反向计分法)来测量不信任。虽然反向计分法能够减少默认反应定势,但往往会影响被试在测试中的认知反应速度,并且有可能导致研究结论掺杂人为因素。目前分析反向计分法所存在的问题的最经典研究是 Carmines 和 Zeller(1979)探讨 Rosenberg 自尊量表(是单因素还是双因素)的研究。Carmines 和 Zeller(1979)通过验证性因子分析发现:Rosenberg 的自尊量表其实测量的是同一个概念,探索性因子分析显示两个因素其实是由正向计分和负向计分造成的。因此,目前关于不信任的研究也可能存在同样的问题,学者们通过实证研究得出的结论极有可能是由于计分方法不同而导致的。因此,缺乏测量不信任的专用量表是目前阻碍不信任研究取得突破性进展的最大障碍。

最后,中国情境下的研究严重不足。目前有关不信任的研究大多是由国外学者完成的,数据来源也是国外的个体。由于任何个体都需要根植于一定的社会文化环境中,因此,受不同文化影响的个体的信任与不信任结构是明显不同的。现阶段立足于中国情境的不信任研究还非常缺乏,特别是消费者对企业的信任研究。彭泗清(2000)曾指出,不少学者搬用西方的信任概念和模式来研究国人,而不是依据我国自身的社会文化体系来探讨国人的信任行为,因此,相关研究得出有失偏颇的结论在所难免。目前,本土化的不信任研究仍是一个亟待填补的空白。

针对现有不信任研究存在的以上诸多不足,笔者认为,未来相关研究可以从以下方面展开。

首先,深入、系统地探索不信任的性质、前置影响因素、形成机制以及影响效应。目前对不信任的性质、前置影响因素、形成机制以及影响效应等问题缺乏深入系统研究的主要原因是现有研究



大多是间接实证研究,直接的操作化实证研究为数甚少,今后应该多开展关于不信任的直接操作化实证研究。由于目前还没有不信任研究的专用量表,因此,不信任的定量研究困难重重。后续研究应该加大不信任专用测量量表的开发力度,为定量研究不信任的性质、前置影响因素、形成机制以及影响效应等问题创造条件。

其次,更加关注不信任与情绪的关系。现有的不信任研究大多基于“认知—态度—行为”范式,通常把情绪作为认知过程的副产品。实际上,情绪在预测行为方面也起着重要的作用,有时甚至是主导作用(Bagozzi等,1999)。深入研究与不信任相关的情绪,将有助于理解不信任的性质和形成过程,并为不信任研究开辟新的视野。未来应当更加注重不信任与情绪的关系,由于不信任更多是与负面情绪相联系,因此先要对负面情绪进行界定和分类,以确定研究对象及范畴;然后深入探讨与不信任相关的负面情绪的触发机制和过程机制,以弄清负面情绪在何时、以什么方式使直觉和认知发生怎样的变化等问题,还要关注由不信任导致的负面情绪的影响效应。

最后,立足于中国情境开展本土化的不信任研究。由于国人的信任和不信任结构与西方人存在较大的差别,因此,我国学者应该基于我国情境开展本土化的不信任研究。王飞雪等(1999)通过比较中日美三国对他人的信任程度发现,中国人的信任结构较为复杂,虽然对他人的信任程度不高,分别低于日本人和美国人,但是中国人对人性却持肯定的态度。郑也夫在《代价论》一书中提出了中国人的信任具有特殊的二元结构,分别是普遍主义和特殊主义两种信任结构。那么,作为与信任紧密相关的概念,中国人的不信任结构是否也有不同于其他国家人的结构?在中西文化背景下,不信任产生机制和影响机制是否存在差异?文化背景起到了什么作用?这些问题都有待我国学者去解答。

#### 主要参考文献

- [1]Baier A. Trust and antitrust[J]. *Ethics*,1986,96(2):231—260.
- [2]Benamati J and Serva M A. Trust and distrust in online banking: Their role in developing countries[J]. *Information Technology for Development*,2007,13(2):161—175.
- [3]Carol X O and Choon L S. To trust or to distrust, that is the question—Investigating the trust-distrust paradox[J]. *Communications of the ACM*,2009,52(5):135—139.
- [4]Chen S C and Dhillon G S. Interpreting dimensions of consumer trust in e-commerce[J]. *Information Technology and Management*,2003,4(2/3):303—318.
- [5]Cho J. The mechanism of trust and distrust formation and their relational outcomes[J]. *Journal of Retailing*,2006,82(1):25—35.
- [6]Darke P R, et al. The defensive consumer: Advertising deception, defensive processing, and distrust[J]. *Journal of Marketing Research*,2007,45(2):114—27.
- [7]Dimoka A. What does the brain tell us about trust and distrust? Evidence from a functional neuroimaging study[J]. *MIS Quarterly*,2010,34(2):373—396.
- [8]Hoffman D L, et al. Building consumer trust on line[J]. *Communications of the ACM*,1999,42(4):80—85.
- [9]Jarvenpaa S L, et al. Consumer trust in an internet store[J]. *Information Technology and Management*,2000,1(1):45—71.
- [10]Koufaris M and Hampton-Sosa W. The development of initial trust in an online company by new customers[J]. *Information and Management*,2004,41(3):377—397.
- [11]Lee J and Huynh M Q. An integrative model of trust on IT outsourcing: From the service receiver's perspective[J]. *Information Systems Frontiers*,2008,10(2):145—163.
- [12]McKnight H D, et al. Whoops...did I use the wrong concept to predict e-commerce trust? Modeling the risk related effects of trust versus distrust concepts[R]. *Proceedings of the 36<sup>th</sup> Hawaii International Conference on Systems Sciences*, Waikoloa, Hawaii, 2003
- [13]McKnight H D, et al. Dispositional trust and distrust distinctions in predicting high and low-risk internet expert advice site perceptions[J]. *E-Service Journal*,2004,3(2):35—58.
- [14]McKnight D H and Choudhury V. Distrust and trust in B2C e-commerce: do they differ? [R]. *Proceedings of the Eighth International Conference on Electronic Commerce Association for Computing Machinery*,2006:482—491.
- [15]Shankar V, et al. Online trust: A stakeholder perspective, concepts, implications, and future directions[J]. *Journal of Strategic Information Systems*,2002,11(3/4):325—344.
- [16]Schoorman F D, et al. An integrative model of organizational trust: Past, present and future[J]. *Academy of Management Review*,2007,32(2):344—354.
- [17]Schul Y, et al. The value of distrust[J]. *Journal of Experimental Social Psychology*,2008,44(5):1293—1302.
- [18]Sirdeshmuk D, et al. Consumer trust, value and loyalty in relational exchanges[J]. *Journal of Marketing*,2002,66(1):15—37.
- [19]Tomlinson E C, Mayer R C. The role of causal attribution dimensions in trust repair[J]. *Academy of Management Review*,2009,34(1):85—104.
- [20]Willson T D, et al. A model of dual attitudes[J]. *Psychological Review*,2000,107(1):101—126.

(责任编辑:谷化)