

ПРЕДИКТОРЫ СОЦИАЛЬНОЙ УСПЕШНОСТИ ЛИЧНОСТИ В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ

**Устин П.Н., Попов Л.М.,
Шевцов А.М., Валеева Р.А. (г. Казань, Россия)**

Актуальность исследования обусловлена процессами слияния виртуальной и социальной реальностей в жизнедеятельности людей в связи с активной цифровизацией современного общества. На фоне этих процессов исследователи выделяют «Я-виртуальное» – компонент личности, отражающий особенности ее поведения в виртуальной среде. Подобные тенденции создают вызовы для психологической науки, стимулируя появление новых актуальных направлений ее развития. Одним из таких направлений выступает «Психология социальных сетей» – комплекс исследований, посвященных возможностям прогнозирования поведения личности через особенности ее активности в социальных сетях [1]. В этой связи интерес представляют результаты исследования, проведенного группой палестинских авторов, которые проанализировали более 12 000 журналов в рамках библиографической базы данных Web of Science за период с 2004 по 2015 год. Авторами на примере динамики ежегодного увеличения публикаций за указанный период показано, что Психология социальных сетей является одним из ведущих трендов в современных исследованиях. При этом среди 10 843 публикаций, относящихся к проблематике социальных сетей по всем направлениям, 959 статей непосредственно связаны с психологической тематикой [9]. Анализ также показывает, что после 2015 года данная проблематика остается не менее актуальной и востребованной.

Одним из популярных и востребованных выступает направление исследований, связанное с возможностями прогнозирования разнообразных характеристик личности через особенности ее поведения в социальных сетях.

Так, например, различные авторы уже показали возможности прогнозирования через социальные сети застенчивости, социального и эмоционального одиночества [6], самооценки [3], нарциссизма [8], экстраверсии и нейротизма [7], сексуальных ориентаций личности [5].

Предложенная работа отражает результаты решения одной из задач междисциплинарного проекта, который реализуется с 2019 года по настоящее время и направлен на разработку и апробацию психометрической модели когнитивно-поведенческих предикторов жизненной активности личности на базе социальных сетей. В качестве предикторов выступают метрики - элементы персонального профиля пользователя в социальных сетях (друзья, аудио, видео, фото, посты, репосты, лайки и т.д.). Данные метрики, являются продуктами виртуальной активности личности и формируют ее виртуальный образ, который в свою очередь выступает отражением ее Я-реального. Таким образом, данные метрики дают возможность прогнозировать поведение человека в реальной жизни.

Ранее авторами уже были показаны возможности прогнозирования через количественные и качественные характеристики метрик персонального профиля социальной сети «ВКонтакте» таких аспектов жизненной активности личности, как академическая и профессиональная успешность [4] и были предложены теоретические основания нейросетевой психометрической модели когнитивно-поведенческих предикторов жизненной активности личности [2]. Работа над данной моделью, в свою очередь, показала необходимость проработки еще одного ее компонента – социальной успешности.

Под социальной успешностью мы понимаем способность человека в процессе общения создавать широкую сеть контактов, обмениваться информацией, проявлять интерес к другим пользователям, вовлекать других в свои интересы, создавать собственные группы, оказывать влияние на других. При этом одним из перспективных и информативных методов исследования социальной успешности личности в социальных сетях могут

быть показатели графов – математических моделей, которые состоят из вершин (пользователи) и ребер (связи между пользователями), соединяющих некоторые пары вершин и отражающих особенности социально-межличностных отношений пользователей социальных сетей. В исследовании мы это обозначаем как «социометрики», в качестве которых рассматриваются различные характеристики графов (число и плотность связей, клики, различные меры центральности, коэффициенты кластеризации, взаимности, сплоченности и т.д.). При этом предполагается, что данные социометрики соотносятся с показателями классической социометрии, позволяя диагностировать различные характеристики социальной успешности (статус; влияние; структура и динамика отношений в группе, где находится пользователь; степень сплоченности-разобщенности группы, в которой находится пользователь; степень распространения информации в группе, где находится пользователь и т.д.).

Цель исследования – показать возможности прогнозирования социальной успешности личности через особенности ее активности в социальной сети ВКонтакте, выделив взаимосвязи характеристик графов с показателями традиционных психодиагностических средств.

В качестве психодиагностической базы выступили показатели методики, отражающие основные рабочие гипотезы. Было принято положение о том, что адекватное отражение психики социально-успешного человека дают показатели следующих методик: Тест Лири. Изначально методика, относящаяся к инструментам оценки социально-психологических свойств. Бралась в базовой версии, испытуемый, отвечая на вопросы теста, должен был охарактеризовать себя от своего лица. Тест КОС (Коммуникативные и организаторские склонности Синявского-Федоришина). Применен по причине того, что лица, обладающие коммуникативными и организаторскими склонностями с высокой вероятностью, будут формировать вокруг себя группы единомышленников и, соответственно, на языке концепции графов, будут высокоранговыми узлами. Тест МАFF

А. Мехрабиана. Данный тест включает в себя две шкалы: СП (Стремление к принятию) и СО (страх отвержения). Опросник темной триады, предполагающий диагностику таких невротических черт как макиавеллизм, нарциссизм и психопатия, был введен в перечень диагностических процедур для оценки социально негативных черт на формирование социально-успешной личности. Тест социального одобрения Марлоу-Крауна использован с целью выявить возможную связь социальной успешности со склонностью к искажению представления о себе в глазах окружающих, а также проверки всех участников исследования на искренность ответов. Тест ОМО Рукавишникова предполагает возможность дифференцированной оценки актуального и востребованного субъектом поведения в трех измерениях социальной активности – включения (принадлежности к группе), контроля (субъектности, возможности влиять на окружение) и аффекта (испытывать эмоции в процессе общения). В силу наличия перечисленных показателей было сочтено целесообразным включить в психодиагностическую батарею и данный тест.

В исследовании было задействовано 1026 испытуемых, выборка рандомизированная. Перед осуществлением корреляционного анализа в целях избегания ошибок, вызванных пропусками в данных, все испытуемые, по которым отсутствовали данные сетевых метрик (в силу закрытого персонального профиля в социальной сети ВКонтакте и иных артефактов), были исключены из обработки. Далее был проведен отбор данных на достоверность и соответствие критериям статистического анализа, после чего окончательная исследовательская выборка составила 612 человек.

Анализ описательных статистик данных психологической диагностики показал, что распределение по тестовым баллам соответствует нормальному. Это позволило применить линейный корреляционный анализ для оценки взаимосвязей между психометрическими данными и показателями метрик и графов. Основной задачей исследования был анализ соответствий между показателями метрик и графов с одной стороны и психометрических

процедур с другой, так что анализу в первую очередь подвергались корреляционные связи между элементами этих больших блоков. Связи между показателями внутри блоков не являлись объектом анализа и в данном исследовании исключены.

Подводя итог анализу оценки психометрической состоятельности сетевых метрик и показателей графов, следует сделать вывод о наибольшей перспективности рассмотрения в этом качестве показателей таких социометрик (показателей социальных графов), как: Друзья (количество друзей, зафиксированных в персональном профиле пользователя), Элементы (количество друзей пользователя и друзей его друзей, то есть наполненность социального графа); Ребра (количество связей между людьми в социальном графе – насколько они взаимосвязаны друг с другом); Активные Друзья (количество друзей с активным персональным профилем) в силу их наибольшей связанности с показателями валидных психодиагностических методик. Также с психодиагностическими показателями достоверно связаны такие результаты анализа сетевой активности как: Плотность (насколько взаимосвязаны непосредственные Друзья пользователя. Минимальное значение плотности будет если у каждого из непосредственных друзей пользователя полностью уникальные наборы друзей); Центральность по близости (степень распространения информации по социальному графу пользователя); Центральность по степени (степень влиятельности пользователя в социальном графе как отношение количества связей определенного узла к общему количеству других узлов); Коэффициент кластеризации (насколько пользователь вовлечен в социальный граф); Активность в сетях; Количество репостов пользователя с комментариями.

Наиболее информативными психодиагностическими показателями, интегрирующими в себе социометрики выступают Индекс Дружелюбия и Индекс Доминирования. Данные индексы отражают два аспекта социальной успешности. Первый аспект – способность пользователя создавать широкие контакты и обмениваться информацией (мнениями, лайками и др.). Второй

аспект - способность субъекта общения вовлечь других пользователей в свои интересы, создать собственную группу сторонников, оказывать влияние на других. Таким образом, применение перечисленных метрик и параметров графов будет психометрически валидным с точки зрения конструктивной валидности.

Благодарности

Исследование (все теоретические и эмпирические задачи исследования, представленные в данной статье) выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 19-18-00253, «Нейросетевая психометрическая модель когнитивно-поведенческих предикторов жизненной активности личности на базе социальных сетей», <https://rscf.ru/project/19-18-00253/>

Библиографический список:

1. Журавлев А.Л., Нестик Т.А., Юревич А.В. Прогноз развития психологической науки и практики к 2030 г. // Психологический журнал. – 2016. – Т.37. – №5. – С. 55-74.
2. Попов Л.М., Устин П.Н. Когнитивно-поведенческая концепция и возможности ее реализации в жизненной активности студентов // Психологический журнал. – 2021. – Т.42. - №1. – С. 26-35.
3. Blomfield Neira C.J., Barber B.L. Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood // Australian Journal of Psychology. 2014. Vol. 66. № 1. pp. 56-64.
4. Gafarov F.M., Nikolaev K.S., Ustin P.N., Berdnikov A.A., Zakharova V.L., Reznichenko S.A. A Complex Neural Network Model for Predicting a Personal Success based on their Activity in Social Networks // Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education. 2021. Vol.17. №10. em2010.
5. Kosinski M., Wang Y. Deep neural networks are more accurate than humans at detecting sexual orientation from facial images // Journal of Personality and Social Psychology. 2018. Vol. 114. № 2. pp. 246-257.
6. Ryan T., Xenos S. Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage //

Computers in Human Behavior. 2011. Vol.27. №5. pp. 1658-1664.

7. Segalin C., Celli F., Polonio L., Kosinski M., Stillwell D., Sebe N., Cristani M., Lepri B. What your facebook profile picture reveals about your personality // Proceedings of the 2017 ACM Multimedia Conference. 2017. pp. 460-468.

8. Sorokowski P., Sorokowska A., Oleszkiewicz A., Frackowiak T., Huk A., Pisanski K. Selfie posting behaviors are associated with narcissism among men // Personality and Individual Differences. 2015. Vol. 85. pp. 123-127.

9. Zyoud S.H., Sweileh W.M., Awang R., Al-Jabi S.W . Global trends in research related to social media in psychology: mapping and bibliometric analysis // International Journal of Mental Health Systems. 2018. Vol.12. №4. pp.1-8.