

**ПСИХОМЕТРИЧЕСКИЕ ПРЕДИКТОРЫ ЭМОЦИОНАЛЬНО-ВОЛЕВОЙ
САМОРЕГУЛЯЦИИ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ***
PSYCHOMETRIC PREDICTORS OF EMOTIONAL
AND VOLITIONAL SELF-REGULATION IN SOCIAL NETWORKS

Устин П.Н., Попов Л.М., Исмоилова А.И.
Ustin P.N., Popov L.M., Ismoilova A.I.

Аннотация. В работе раскрываются возможности диагностики и прогнозирования способности личности к психической саморегуляции через анализ психометрических показателей ее персонального профиля в социальных сетях. Показано состояние проблемы психологии социальных сетей в настоящее время. Даются результаты эмпирического исследования взаимосвязей количественных показателей метрик персонального профиля личности в социальных сетях с ее эмоционально-волевыми характеристиками.

Ключевые слова: социальные сети, предикторы, психометрия, психическая саморегуляция, личность, жизненная активность

Abstract. The paper reveals the possibilities of diagnosing and predicting the ability of a person to mental self-regulation through the analysis of psychometric indicators of her personal profile in social networks. The current state of the problem of social network psychology is shown. The results of an empirical study of the relationship of quantitative indicators of personal profile metrics in social networks with its emotional and volitional characteristics are given.

Keywords: social networks, prognostics, psychometrics, mental self-regulation, personality, vital activity

Анализ аналитики по наиболее перспективным и прорывным направлениям, составленный разными агентствами (Web of Science, Thomson Reuters), показывает, что проблема психологии социальных сетей и возможностей использования Больших Данных (BIG DATA) в конструировании прогностических моделей потенциального поведения пользователей социальных сетей в реальной жизни – это тренды, отражающие один из основных векторов развития социо – гуманитарных наук (в том числе, психологии). Как отмечается в ежегодном отчете Американской психологической ассоциации (APA), использование возможностей социальных сетей (то есть виртуального мира) и Больших Данных (BIG DATA) открывает широкие перспективы приблизиться к пониманию такого сложного, многомерного феномена, как человеческое поведение в реальном мире.

Основные сферы, где социальные сети набирают обороты – это прикладные области, прежде всего, маркетинг, банки, ритейл. В данных областях специалисты учатся прогнозировать поведение человека на основе анализа цифровых следов – маркеров, которые человек оставляет при посещении различных виртуальных площадок.

В психологии интерес к исследованиям, связанным с социальными сетями, отмечается вслед за появлением первых социальных сервисов (Facebook, 2004–2006; «Одноклассники», 2006; «ВКонтакте», 2006). Начиная с 2006 года в зарубежных рецензируемых базах данных отмечается заметный рост исследований, связанных с возможностями предсказания поведения человека на основе психометрических данных его персонального профиля в социальных сетях. Здесь представляет интерес работа, проведенная группой палестинских уче-

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №19-18-00253.

ных (Sa'ed H. Zyoud, Waleed M. Sweileh и др.) по аналитике основных мировых трендов в психологических исследованиях. Авторы изучили более 11 000 публикаций, посвященных проблеме социальных медиа и выявили более 1000 работ, связанных с психологией социальных сетей [7].

Основной процент исследований фокусируется вокруг проекта «myPersonality project», который реализуется Центром психометрии в рамках Кембриджского университета. Данный проект направлен на изучение профилей пользователей социальной сети (прежде всего, это наиболее распространенная в мире социальная сеть «Facebook») и объединяет более 200 исследователей со всего мира. Целью данной коллаборации выступает изучение психологических и демографических профилей пользователей социальной сети «Facebook». Анализ большинства публикаций показывает, что основной вектор исследований – это прогностические возможности социальных сетей: как на основе объективных показателей (психометрик / ключевых показателей персонального профиля пользователя в социальных сетях) диагностировать психологические характеристики личности и, соответственно, предсказывать ее поведение. К настоящему времени разными авторами выделены различные показатели (маркеры, метрики, психометрики), которые позволяют с большей или меньшей вероятностью прогнозировать поведение личности на основе ее виртуальных следов в социальных сетях.

В качестве объективных показателей выступают такие метрики персонального профиля пользователя социальных сетей, как: фотографии, друзья, количество времени присутствия в сети, «лайки», содержание постов и др. В этой связи одним из наиболее известных является результат исследований Центра психометрии Кембриджского университета, где на выборке в более чем 58 000 пользователей «Facebook» были показаны прогностические возможности «лайков» в социальных сетях. Исследователи показали, что на основе «лайков» можно предсказывать: расовую принадлежность (европеоиды или афроамериканцы) с вероятностью в 95 %; пол с вероятностью в 93 %; сексуальную ориентацию с вероятностью в 88 % для мужчин и 75 % для женщин; партийную принадлежность (демократы или республиканцы) с вероятностью в 85 %; религиозную принадлежность (христиане или мусульмане) с вероятностью в 82 % [3].

Среди других исследований личности через разнообразные показатели (метрики) в социальных сетях отметим работы М. Косински по прогнозированию возможных поведенческих реакций человека через коэффициенты соотношений параметров его лица: ширины к высоте и по прогнозирование сексуальных ориентаций личности через ее фотообразы, представленные на персональных страницах социальных сетей [4]. Работы Л. Чена с группой исследователей по оценке удовлетворенности жизнью личности через анализ обновлений ее статуса на персональной странице в «Facebook» (*Chen, L. et al. 2017*). Работы по прогнозированию пола, возраста и личностных черт пользователя через частоту использования им слов и фраз в социальных сетях (*Schwartz, et al., 2013*).

Что касается вопроса о возможностях диагностики и прогнозирования психических состояний через социальные сети, то в данном русле к настоящему времени также был проведен ряд исследований. Имеются работы, раскрывающие взаимосвязь активности личности в социальных сетях с ее настроением [1], с состояниями тревожности и одиночества [2,5,6], а также с застенчивостью [5].

В предлагаемой работе показаны результаты эмпирического исследования возможностей прогнозирования эмоциональных состояний личности через количественные показатели метрик ее персонального профиля в социальной сети «ВКонтакте». Данные результаты по-

лучены в рамках проекта, который выполняется при финансовой поддержке Российского научного фонда и направлен на разработку нейросетевой психометрической модели когнитивно-поведенческих предикторов жизненной активности личности.

Исследование осуществлялось в 2019 году. В качестве психодиагностического инструментария был использован 16-ти факторный личностный опросник Р. Кеттела (16 – PF, форма С). В качестве испытуемых выступили студенты Института управления, экономики и финансов Казанского федерального университета, обучающиеся на разных курсах и по различным направлениям. Формирование выборки испытуемых осуществлялось через случайный выбор респондентов (на основе метода рандомизации). Все испытуемые дали свое личное согласие на участие в исследовании и обработку их персональных данных. Далее на основе мониторинга и анализа персональных страниц испытуемых, находящихся в открытом доступе в социальной сети «ВКонтакте», была сформирована окончательная выборка численностью 137 человек. В качестве метрик персонального профиля были выделены следующие позиции для анализа: друзья, подписчики, интересные страницы (группы), фото, аудио, видео, посты. При статистической обработке эмпирических данных использовался корреляционный анализ по Пирсону.

В рамках данной работы представляют интерес корреляции метрик персонального профиля с показателями факторов, которые могут быть объединены в эмоционально-волевой блок. Анализ позволил выделить наличие обратной взаимосвязи метрики «Подписчики» с фактором G ($r = -0,323$ при $p \leq 0,001$) и наличие прямой взаимосвязи метрики «Интересные страницы» с фактором Q4 ($r = 0,181$ при $p \leq 0,001$). Фактор G в опроснике Кеттела обозначается как сознательность («Супер-Эго», нормативность поведения) и отражает готовность личности к саморегуляции ее эмоционально-волевой сферы и социального поведения. Фактор Q4 в опроснике Кеттела обозначается как напряженность и отражает степень энергичности личности и ее склонность к возбуждению и перевозбуждению (с последующей вероятностной фрустрацией). Следовательно, в рамках данной работы мы можем сделать предварительные выводы о том, что чем более пользователь социальных сетей в реальной жизни ответственен, стабилен и способен к регуляции собственных эмоций, тем меньше у него подписчиков в виртуальной жизни. Предварительно, здесь можно выдвинуть гипотезу, что это связано с тем, он менее неинтересен другим в силу своей стабильности и определенности. Другой вывод о том, что чем более пользователь социальных сетей в реальной жизни склонен перевозбуждению и переутомлению, тем больше в его персональном профиле охват интересных страниц, которые он посещает и где он подписан в группы. Предварительно, здесь можно предположить, что через поисковую и познавательную активность в виртуальной реальности пользователь социальных сетей пытается снизить внутреннее напряжение в реальной жизни (то есть серфинг по интересным страницам является его способом саморегуляции для снижения напряженности).

Исследовательские результаты в части психологической интерпретации внутренних механизмов связи метрик персонального профиля с личностными свойствами предполагают дальнейшие исследования, однако показывают наличие взаимодействия между реальными и виртуальными аспектами жизненной активности личности.

Литература

1. 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. – № 66 (1). – Pp. 56–64.

2. Bonetti L., Campbell M.A., Gilmore L. The relationship of loneliness and social anxiety with children's and adolescents' online communication // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. – 2010. – № 13 (3). – Pp. 279–285.

3. Kosinski M., Stillwell D., Graepel T. Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. – 2013. – № 110 (15). – Pp. 5802–5805.

4. 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. – № 114 (2). – Pp. 246–257.

5. 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. – 27 (5). – Pp. 1658–1664.

6. Skues J.L., Williams B., Wise L. The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students // *Computers in Human Behavior*. – 2012. – № 28 (6). – Pp. 2414–2419.

7. 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. – № 12 (12). – URL: <https://ijmhs.biomedcentral.com/track/pdf/10.1186/s13033-018-0182-6> (дата обращения: 01.02.2020).

Авторы: **Устин Павел Николаевич**, г. Казань, Казанский федеральный университет, доцент кафедры общей психологии, кандидат психол. наук, доцент, pvust@mail.ru; **Попов Леонид Михайлович**, г. Казань, Казанский федеральный университет, профессор кафедры клинической психологии и психологии личности, доктор психол. наук, профессор, leonid.porov@inbox.ru; **Исмоилова Азиза Ильхомовна**, г. Казань, Казанский федеральный университет, студентка 4 курса, aziza-ismailova-1997@mail.ru.