

УДК 316.627

Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л.

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

Разработка опросника нетворкинг-стратегий личности¹

Development of the 'Personality Networking Strategies' Questionnaire

Аннотация

В статье рассматривается согласованность и структура шкал нетворкинг-поведения личности, их соответствие априорной теоретической модели и эмпирическим данным. Приводится теоретическое обоснование содержания стратегий на материале анализа феноменов социального поведения. На выборке 241 человек с помощью конфирматорного факторного анализа показано, что стратегии нормативного партнерства (альфа Кронбаха 0,73) и межличностного прагматизма (0,77) соответствуют по своему содержанию теоретическим ожиданиям; содержание стратегии персонального продвижения (0,82) получило частичное эмпирическое подтверждение. Показано, что связи друг с другом всех четырех стратегий, включенных в модель (включая альтруистическое инвестирование), подтверждают ее правомерность.

Ключевые слова: социальный капитал, стратегии нетворкинга, социальные стратегии личности, просоциальное поведение, альтруизм, эгоцентризм, известность, прагматизм, макиавеллизм, нормативность, конформность

Abstract

The article describes the consistency and the structure of the scales assessing networking behavior of a person, as well as those scales' correspondence to an a priori theoretical model and empirical data. The theoretical grounding of the strategies' psychological contents is presented via the analysis of social behavior phenomena. Confirmatory factor analysis based on the data received from 241 subjects showed that the strategies of normative partnership (Cronbach's Alpha = 0.73) and interpersonal pragmatism (0.77) correspond in their contents to the expectations, the contents of the personal promotion strategy (0.82) had partial empirical confirmation. It is shown that the correlations of all 4 strategies included in the model (including altruistic investment) confirm its validity.

Keywords: social capital, networking strategies, personality social strategies, prosocial behavior, altruism, self-centeredness, popularity, pragmatism, machiavellianism, normativity, conformity

¹ Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 17-06-00777-ОГН.

Введение

Одним из ключевых вопросов, который практически игнорируется исследователями социального капитала и социальных сетей, является вопрос о том, как социальное поведение отдельной личности связано с функционированием социального капитала в социальной сети – среде, в которой люди общаются и взаимодействуют друг с другом, обмениваясь ресурсами. В психологии проблема персональной стратегии социального «обогащения», приобретения социального капитала в узком понимании (поиск «правильного» социального поведения) исследовалась в области организационной психологии с целью описать и оценить эффективность социального поведения сотрудника – в исследованиях нетворкинг-поведения («networking») (Michael, Yukl, 1993; Forret, Dougherty, 2001; Ferris et al., 2005; Wolff, Moser, 2009). В современных работах обращение к социальному капиталу послужило толчком для эмпирических работ по поиску и описанию стратегий построения отношений с другими людьми вне зависимости от контекста этого общения (за рамками рабочих отношений), основывающихся на личностных установках. Подобные стратегии уже не оценивают поведение человека в категориях хорошо-плохо (Derville Gallicano, 2009, Почебут и др., 2014).

В настоящий момент не существует классификаций или моделей стратегий нетворкинг-поведения, которые были бы обоснованы результатами междисциплинарного теоретического анализа феноменологии социального капитала и структуры социальной сети, с одной стороны, и социально-психологических феноменов поведения, с другой стороны.

Цель данной работы – описание репертуара нетворкинг-стратегий личности и эмпирическая проверка разработанного на основе модели нетворкинг-стратегий опросника.

Описание стратегий

Дескриптивная модель четырех стратегий представлена на рисунке 1, ее теоретическое обоснование и основные положения были описаны в более ранней нашей работе (Марарица и др., 2015).



Рисунок 1 – Модель четырех нетворкинг-стратегий

Как видно из рисунка 1, четыре стратегии образованы комбинацией двух социальных установок. С одной стороны, это ориентация на просоциальное или эгоцентрическое поведение, а с другой – ориентация на приумножение или использование социального капитала. Для общего представления, кратко охарактеризуем каждую стратегию. Более детальный анализ психологического содержания и дифференцирующих критериев будет приведен ниже.

Итак, альтруистическое инвестирование – это просоциальная стратегия личности с ориентацией на приумножение социального капитала. Человек с преобладанием этой стратегии готов инвестировать личные ресурсы в общее благо, в благополучие окружающих. От этого выигрывает и сам альтруист,

поскольку он разделяет позитивные изменения с другими. Для сравнения, «нормативное партнерство» – также просоциальная стратегия, но с ориентацией на конвертацию социального капитала.

Человек со стратегией «нормативное партнерство» внимателен к социальным нормам, в частности, к нормам взаимности; его поведение прозрачно, надежно и снижает риск «невозможности возврата социальных инвестиций»; он обеспечивает воспроизводимость норм и устойчивость обменных процессов в социальной сети.

«Межличностный прагматизм» – это эгоцентрическая стратегия, носитель которой рассматривает отношения с другими людьми с точки зрения пользы, которую они могут ему принести, это рыночное видение отношений, где социальный капитал должен конвертироваться по выгодному курсу. Эта стратегия часто приводит к социальному брокерству – феномену, благодаря которому происходит соединение двух социальных сетей с возможностью доступа к ресурсам друг друга (Почебут и др., 2014).

«Персональное продвижение» – это также эгоцентрическая стратегия, и в данном случае, социальный капитал увеличивается не за счет вложения ресурсов в просоциальное поведение, а посредством инвестирования усилий личности в получение редкого ресурса, особого статуса или социальной силы. Такие люди становятся магнитами, центрами, формирующими социальные сети.

Проведенный нами феноменологический анализ стратегий социального поведения позволил более точно описать содержание каждой из этих стратегий (таблица 1).

Таблица 1 – Социально-психологические феномены, релевантные психологическому содержанию нетворкинг-стратегий

<p>Альтруистическое инвестирование Альтруизм второго уровня Нереципрокный альтруизм Волонтерство Альтруистическое наказание Альтруистическое вознаграждение Альтруистическая компенсация Общественный интерес Альтруистическая мотивация Ценности универсализма</p>	<p>Персональное продвижение Конкурентный альтруизм Альтруизм как управление впечатлением Альтруизм власть имущих Самомониторинг Альтруизм лидера Ориентация на статус как доступ к ресурсам Опора на слабые связи для получения статуса (эффект Лина) Парасоциальные связи и известность Ценность самостоятельности и успеха</p>
<p>Нормативное партнерство Реципрокный альтруизм Косвенный взаимный альтруизм Условная взаимность Нормативная мотивированность Обусловленная кооперация Адресный альтруизм Конформный альтруизм Конформность и нормативность Вера в справедливый мир Круг доверия Ценность стабильности и безопасности</p>	<p>Межличностный прагматизм Инструментальный альтруизм Альтруистическая рационализация Социальное брокерство Феномен «безбилетника» Макиавеллизм Цинизм Некооперативное Н-поведение Диспозиционный эгоизм Индивидуалистическая социальная ориентация Ценность гедонизма и власти</p>

Ранее нами был разработан и апробирован на примере альтруистического инвестирования подход к описанию и оценке данных стратегий (Марарица и др., 2018). В данной работе мы экстраполируем этот подход для работы над описанием трех остальных нетворкинг-стратегий и приводим результаты апробации нового опросника стратегий. На первом шаге мы определили феномены, которые относятся к стратегиям в соответствии с векторами модели стратегий, предложенными ранее (Pochebut, Mararitsa, 2013). На втором шаге на основе выделенных феноменов формулировались содержательные критерии для оставшихся трех стратегий и проверялась их согласованность по результатам апробации опросника,

созданного на их основе. По результатам этой работы планируется уточнить содержание стратегий.

Психологическое содержание стратегии альтруистического инвестирования

В просоциальном поведении необходимо различать нормативную и альтруистическую мотивацию. Первый вид мотивации обеспечивается стремлением соответствовать социальным нормам и поддерживать их, второй – желанием способствовать благополучию другого человека или группы как целого. Исследователями уже давно изучается феномен общественного интереса, или заботы о процветании сообщества как целого (Park et al., 2011). Различают альтруизм первого уровня (объясняемого механизмами родственного альтруизма, взаимного альтруизма, адресной помощи и заботы о репутации) и второго уровня, выражающийся в проявлении интереса к общему благу (Fehr, Fischbacher, 2003). Последний реализуется благодаря следующим механизмам: возможности альтруистического вознаграждения за кооперативное поведение, возможности альтруистического наказания за пренебрежение нормами общежития, а также возможности альтруистической компенсации пострадавшему в результате нечестного взаимодействия (Leliveld et al., 2008). Все эти механизмы работают, если осуществляются с целью обеспечения и максимизации общего блага. Несмотря на протесты скептиков, утверждающих, что не существует альтруизма без персональной выгоды, многие исследователи получают экспериментальные подтверждения тому, что альтруистическая мотивация представляет собой феномен, отдельный от мотивации взаимности, т.е. говорят о существовании нереципрочного альтруизма в социальном взаимодействии (Safin, 2015). В эксперименте с дилеммой заключенного возможность взаимности была исключена, и игроки про это знали. Тем не менее, альтруистическое поведение присутствовало, и

оно было тем выше, чем выше были позитивные исходы для получателя помощи. Поэтому альтруизм как мотив нельзя не принимать во внимание при анализе просоциального поведения. Волонтерство часто служит одним из примеров альтруистического поведения, когда внутренняя выгода (положительные эмоции от полученного результата, повышение самооценки) является единственным вознаграждением за инвестирование времени, сил и материальных ресурсов (Piliavin, Callero, 1991). Нами были выделены следующие критерии стратегии альтруистического инвестирования.

Критерии стратегии альтруистического инвестирования:

- 1 – готовность и расположенность помогать;
- 2 – доброжелательность как норма отношения к другим людям;
- 3 – нацеленность на общее благо, на улучшение ситуации для всех;
- 4 – готовность помогать бескорыстно, без отдачи и вне перспективы сотрудничества;
- 5 – важность общего блага по сравнению с личной репутацией.

Эта стратегия уже была проверена нами и для нее уже разработана шкала (Марарица, Казанцева, 2018), поэтому обратимся к более детальному описанию тех стратегий, которые предстоит проверить в данной работе.

Психологическое содержание стратегии нормативного партнерства

Нормативно мотивированное просоциальное поведение (Bockler et al, 2016) включает два основных компонента – стремление помогать тем, кто помогал ранее (выполнение нормы реципрокности), а также наказание тех, кто не соблюдает реципрокность (поддержание норм справедливости солидарности) (Fehr, Fischbacher, 2004; Leiberg et al., 2011). Просоциальное поведение может выступать как разновидность конформности (Nook et al, 2016), вынужденной просоциальности, и проявляться, с одной стороны, как имитация просоциального поведения вслед за другими людьми, или – с

другой – как подстройка своих мотивов и желаний под социальное окружение. Мотивация гарантировать себе возврат затраченных ресурсов описывается феноменами направленного (адресного) альтруизма (ограничение кооперации узким кругом знакомых и их друзей, то есть «кругом доверия» (Leider et al., 2009)), а также обусловленной кооперацией (готовность сотрудничать только при условии уверенности в намерении партнера кооперировать (Fehr, Fischbacher, 2004)), и «косвенной взаимностью» (ожидание «услуги в ответ на услугу» непрямым образом – через посредничество наблюдающих «третьих лиц», награждающих помогающего человека репутацией благонадежности (Nowak, Sigmund, 2005)). Таким образом, нормативное просоциальное поведение требует от человека инвестирования усилий в оценку намерений других людей (Heiner, 2002), и в создание надежной репутации (Ostrom, 2003). Возможно, такие люди интуитивно понимают, что репутация благонадежного и ответственного человека увеличивает желание других людей инвестировать в них ресурсы (Tulin, 2018).

Люди с преобладанием данной стратегии социального поведения сотрудничают с теми, от кого ожидается (на опыте предыдущего взаимодействия, из социальной истории и других вербальных и невербальных сигналов) надежная взаимность. Они начинают сотрудничество сразу же, как только появляется информация о благонадежности другого человека, и прекращают сотрудничество при отсутствии взаимности.

Для них характерна вера в справедливый мир (Miller, 1977), которая дает им возможность относиться к своему социальному окружению как стабильному и упорядоченному, доверять социальным институтам. Вера в справедливый мир указывает на наличие у человека так называемого персонального контракта – обязательства вести себя справедливо по отношению к тем людям, которые сами ведут себя справедливо в отношении

него (Dalbert, 2009). Они верят, что будут, так или иначе, наказаны в случае, если будут обманывать других. Воспринимают взаимность и честность как обязательство, поэтому в них высока социальная ответственность. Собственные поступки, отклоняющиеся от норм, приводят к снижению у них самооценки (Christensen, 2004).

На основе отнесенных к этой стратегии феноменов мы предполагаем следующие *критерии стратегии нормативного партнерства*, содержание которых составляет *первую гипотезу нашего исследования*:

- 1) уважение к действующим нормам, доверие к социальным институтам, желание снизить неопределенность;
- 2) снижение самооценки при отступлении от норм;
- 3) озабоченность собственной репутацией благонадежного человека;
- 4) интерес к информации о репутации других людей;
- 5) инвестирование своих усилий и ресурсов при условии, если другие люди так делают (конформизм);
- 6) ориентация и расчет на взаимность в отношениях и помощи, вплоть до отказа помогать тем, кто повел себя вопреки нормам.

Психологическое содержание стратегии межличностного прагматизма

Эгоцентрическое поведение, регулируемое мотивами персональной выгоды, внешне может мимикрировать под социально желательное поведение. Известны, например, феномены инструментального альтруизма как средства достижения личных целей (Stich et al., 2010) и альтруистической рационализации как способа объяснения эгоистического конкурентного поведения просоциальными мотивами. Так называемое стратегическое просоциальное поведение (Bockler et al., 2016) подразумевает кооперацию только тогда, когда есть вероятность быть наказанным; в отсутствие наказания появляются «безбилетники» – индивиды, которых привлекает

быстрый личный выигрыш за счет других, которые не вкладываются в общее благо, но пользуются им (Panchanathan, Boyd, 2004). При решении социальных дилемм личность, ориентированную на себя, к сотрудничеству подталкивают только внешние стимулы (Boone et al., 2010).

Эгоистический интерес, в отличие от просоциального, содержательно характеризуется беспокойством человека о том, что другие невнимательны к его личным потребностям (Park et al., 2011); цинизмом и недоверием в отношении других людей, проекциями эгоистических намерений вовне (Turner, Valentine, 2001). Эгоцентрик может даже искать возможности обмануть других в материальных или статусных приобретениях (некооперативное Н-поведение), поскольку он склонен видеть мир как джунгли, где каждый сам за себя (Ashton, Lee, 2007). Индивидуалистическое поведение связывают также с нарциссизмом как сконцентрированностью на себе и неспособностью к эмпатии (Czarna et al., 2015), макиавеллизмом как тенденцией преследовать стратегические личные интересы в ущерб нравственности (Знаков, 2000), как субъективной свободой от обязательств перед другими (Bockler et al., 2016), отрицанием социального долга (Муздыбаев, 2000), а также со слабой ценностью универсализма в структуре личности (Van Lange, 1999).

Человека с преобладанием стратегии межличностного прагматизма можно охарактеризовать как социального брокера (Fang et al., 2015), который, отличаясь социальной смекалкой, быстро находит в социальной сети структурные щели и мосты – удачные места для человека, который заинтересован в минимизации вложений и максимизации выгоды. Некоторые легальные механизмы для достижения этой цели могут включать: 1) формирование благосклонности целевых персон; 2) создание сети обязательств по отношению к себе; 3) создание или передача социальной информации в обмен на статусные и материальные приобретения.

На основе отнесенных к этой стратегии феноменов мы предполагаем следующие *критерии стратегии межличностного прагматизма*, содержание которых составляет *вторую гипотезу нашего исследования*:

- 1) готовность делиться ресурсами только при условии риска наказания;
- 2) представление о мире как о джунглях, где каждый сам за себя, где выживает сильнейший;
- 3) отрицание (преуменьшение) чувства долга;
- 4) объяснение поступков альтруистическими мотивами постфактум;
- 5) действия во благо других только при наличии выгоды (просоциальное поведение как способ достижения личных целей);
- б) создание сети обязательств по отношению к себе.

Психологическое содержание стратегии персонального продвижения

Одним из способов накопления социального капитала, упоминавшихся в литературе, является личная привлекательность. Чем большую поддержку может предложить человек другим, тем более привлекательным он становится, тем больше у него возможностей для развития своего социального капитала (Burt, 2001; Lin, 2001). В основе личной привлекательности лежит обладание каким-либо инструментальным или эмоциональным (способность устанавливать теплые, поддерживающие отношения) ресурсом. Доступ к инструментальным ресурсам можно приобрести, заняв особую позицию в социальной структуре (Erickson, 2004; Moren Cross, Lin, 2008). Среди немногочисленных на настоящий момент исследований связи личностных особенностей и формирования социального капитала выделяется серия работ о влиянии такой черты как самомониторинг на создание ресурсной социальной сети (Kleinbaum et al., 2015; Mehra et al., 2001; Oh, Kilduff, 2008). Люди с высоким самомониторингом имеют выраженную способность к выгодной самопрезентации и саморегуляции с

целью управления впечатлением. Они чаще занимают стратегические позиции в социальной сети, открывающие им доступ к ценным ресурсам; прекрасно ориентируются в обменных отношениях, поскольку понимают эффект стратегического шеринга для приобретения статуса (Flynn et al., 2006).

В других исследованиях, с использованием опросника Большой пятерки личностных факторов (Tulin, 2018), была выявлена связь экстраверсии как с инструментальным социальным капиталом (доступ к социоэкономическим ресурсам), так и с экспрессивным социальным капиталом (эмоциональные ресурсы, такие как ощущение принадлежности, солидарности и пр.). Экстраверсия также является одним из аспектов самомониторинга (Gangestad, Snyder, 2000).

В этом контексте интересен феномен соревновательного альтруизма, когда альтруистическое поведение используется как инструмент в борьбе за социальный статус в группе (van Vugt, Roberts, Hardy, 2007). В тех случаях, когда вклад членов команды в общее дело является публичным (заметным остальным), самые большие альтруисты получают более высокий статус. Кроме того, члены группы с наиболее высоким статусом начинают вести себя более альтруистично, чем те, кто с низким. Альтруизм лидера – это скорее вынужденный раздел ресурсов с группой членства, потому что статус обязывает проявлять заботу о группе; к тому же люди, которые берут мало, больше нравятся. Таким образом, альтруизм здесь выступает как управление впечатлением.

Люди с преобладанием в поведенческом репертуаре стратегии персонального продвижения приобретают статус, опираясь на широкий диапазон слабых связей (Lin, 2001). Сильные связи предполагают взаимные обязательства, это пугает людей с данной стратегией, вследствие чего они могут предпочитать опираться на себя (верят в самоэффективность), на слабые связи и парасоциальные связи (односторонние связи, образующиеся в

результате популярности человека, когда его люди знают, а он их – нет (Почебут и др., 2014)).

На основе отнесенных к этой стратегии феноменов мы предполагаем следующие *критерии стратегии персонального продвижения*, содержание которых составляет *третью гипотезу нашего исследования*:

- 1) озабоченность репутацией ресурсного, сильного человека;
- 2) ориентация на поиск большего количества слабых связей широкого диапазона;
- 3) избегание ситуаций зависимости от других людей;
- 4) вера в себя и свои возможности;
- 5) нацеленность на признание и получение известности;
- 6) деятельная целеустремленность, «трудоголизм».

Дизайн исследования

Главной задачей исследования являлась проверка предположений о содержании стратегий. Пункты шкал были сформулированы и отобраны группой из 5 экспертов на основе представления о критериях стратегии и феноменах, к ней относящихся. Полный перечень представлен в Приложении.

Выборка исследования: исследование проводилось в 2018 году на выборке 247 человек, после отсева по демографическим признакам и полноте заполнения выборка составила 241 человек в возрасте от 18 до 65 лет; медиана – 33, среднее – 33.85; 79% женщин (подавляющее большинство – жители Санкт-Петербурга).

Методики исследования: в исследовании использовалась сокращенная версия шкалы социальной желательности Марлоу-Крауна (Марарица и др., 2016), шкала стратегии альтруистического инвестирования (7 пунктов, надежность 0,75 (Марарица, Казанцева, 2018)) и три пилотных шкалы: шкала межличностного прагматизма (26 пунктов), шкала нормативного партнерства

(25 пунктов) и шкала персонального продвижения (30 пунктов). Пункты шкал нетворкинг-стратегий приведены в Приложении. Ответы на пункты фиксировались по 5-ти бальной шкале согласия Ликерта (от полностью согласен до совершенно не согласен). Кроме того, фиксировался пол, возраст, место жительства и факт специализации в области психологии, поскольку предполагалось, что все эти факторы могут влиять на ответы испытуемого.

Процедура исследования: исследование проводилось онлайн, что позволило контролировать время заполнения методик и исключить влияние присутствия исследователя (что важно для социального поведения). Выборка формировалась методом снежного кома в виртуальной социальной сети («ВКонтакте»). Респонденты давали согласие на участие в анонимном исследовании и только после этого направлялись на страницу с опросом; данные, позволяющие персонифицировать человека, не собирались.

Методы обработки данных: для проверки гипотез о структуре и содержании нетворкинг-стратегий подходят методы структурного моделирования с оценкой качества модели (SEM), ее соответствия эмпирическим данным. Обработка и анализ данных проведены с помощью языка программирования R (версия 3.3.2), в среде Rstudio (версия 1.1.350). Структурное моделирование проведено с помощью пакета Lavaan (версия 0.5-23.1097); для построения моделей использовался метод максимального правдоподобия. Пороговые значения и методология анализа основаны на работе Р. Кляйна (Kline, 2011). Пороговыми значениями критериев для принятия модели мы поставили $CFI > 0.95$, $RMSEA < 0.05$, $SRMR < 0.05$. Кроме того, подсчитывался коэффициент ранговой корреляции Спирмена и t-критерий Стьюдента для сравнения средних независимых выборок, проводилась проверка согласованности шкал при помощи коэффициента альфа Кронбаха.

Результаты

На первом этапе мы суммировали баллы по всем утверждениям для каждой из шкал и проверили корреляцию между пунктами и результирующей по каждой из шкал. Результаты этого анализа представлены в Приложении. Оказалось, что около половины вопросов коррелируют со «своей шкалой» на уровне 0,4 и выше, практически нет случаев, когда предложенный пункт сильнее связан с другой шкалой. Из дальнейшего анализа были исключены пункты, не относящиеся к заданным шкалам ожидаемым образом и сильно связанные с социальной желательностью.

Вторым этапом анализа в рамках проверки содержания стратегий было проведение конфирматорного факторного анализа. Проверка данных на мультиколлинеарность методом подсчета квадрата множественного коэффициента корреляции (SMC) показала, что ни у одной из переменных он не превысил 0,8. Следующим этапом нашего анализа являлось построение и проверка предложенных для каждой шкалы моделей.

Шкала нормативного партнерства: в модель были включены 15 утверждений, они были сгруппированы в факторы согласно критериям стратегии. Модель представлена на рисунке 2 с расшифровкой обозначений (из итоговой модели исключены 3 пункта: pr15, pr24 и pr25, что не повлияло на структуру субфакторов шкалы). Модель получила удовлетворительные оценки качества и соответствует эмпирическим данным. Показатели качества модели представлены в таблице 2.

Шкала включает в себя 4 латентных субфактора и 2 отдельных пункта (всего 12 пунктов), соответствующих по своему содержанию априорной модели нетворкинг-стратегии нормативного партнерства. Важно отметить, что учет связи между 7 и 18 пунктами позволил улучшить модель; наличие статистической связи между ними соответствует их содержательной связи – они оба говорят о том, что человек склонен выносить оценочные суждения о других людях на основе информации об их социальном поведении.

Надежность шкалы альфа Кронбаха составила 0,73, что позволяет говорить об ее удовлетворительном качестве с учетом ее сложной структуры. Значимой корреляции с социальной желательностью не обнаружено. Коэффициент корреляции с возрастом составил 0,26; уровень значимости $p < 0,01$; различия по полу не обнаружены.

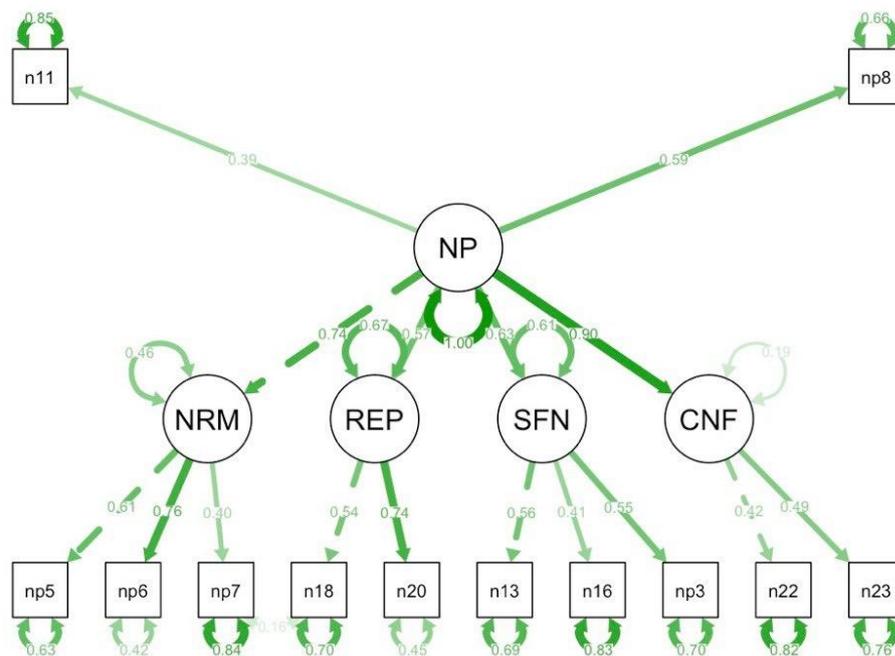


Рисунок 2 – Модель структуры нетворкинг-стратегии нормативного партнерства по результатам конфирматорного факторного анализа (SEM)

Расшифровка буквенных обозначений:

NP – шкала «Нормативного партнерства»;

np* – пункты шкалы нормативного партнерства (см. Приложение);

NRM – фактор «Ориентация на нормы»: пункты о важности норм и законов, необходимости ими руководствоваться;

SFN – фактор «Зависимость самооценки от выполнения обязательств и норм»: желание выглядеть и быть надежным человеком;

REP – фактор «Интерес к репутации других»: желание знать, что говорят про других людей, готовность опираться на эту информацию;

NF – фактор «Конформизм»: готовность соглашаться с большинством и ориентироваться на то, что получит его поддержку;

np8 – пункт о важности стабильности и предсказуемости во всем;

np11 – пункт о том, что сделанное добро должно возвращаться тем же.

Таблица 2 – Критерии соответствия модели нормативного партнерства эмпирическим данным

Критерии соответствия	
Количество параметров	29.000
Степени свободы	49.000
X ²	65.928
CFI	0.953
RMSEA	0.037
SRMR	0.049

Шкала межличностного прагматизма: в модель были включены 17 утверждений, они были сгруппированы в факторы согласно априорным критериям стратегии. Четыре пункта (mp6, mp7, mp12 и mp20) были исключены из анализа, что не повлияло на структуру субфакторов шкалы. Модель представлена на рисунке 3 с расшифровкой обозначений. Обнаружено 5 факторов, один из гипотезируемых критериев: «отрицание (преуменьшение) чувства долга», не вошел в модель, потому что соответствующие ему пункты не коррелировали с результирующей по шкале.

Модель получила удовлетворительные оценки качества и соответствует эмпирическим данным, показатели качества модели представлены в таблице 3. Шкала включает в себя 5 латентных субфакторов (13 пунктов), соответствующих по своему содержанию априорной модели нетворкинг-стратегии межличностного прагматизма, за исключением указанного выше критерия.

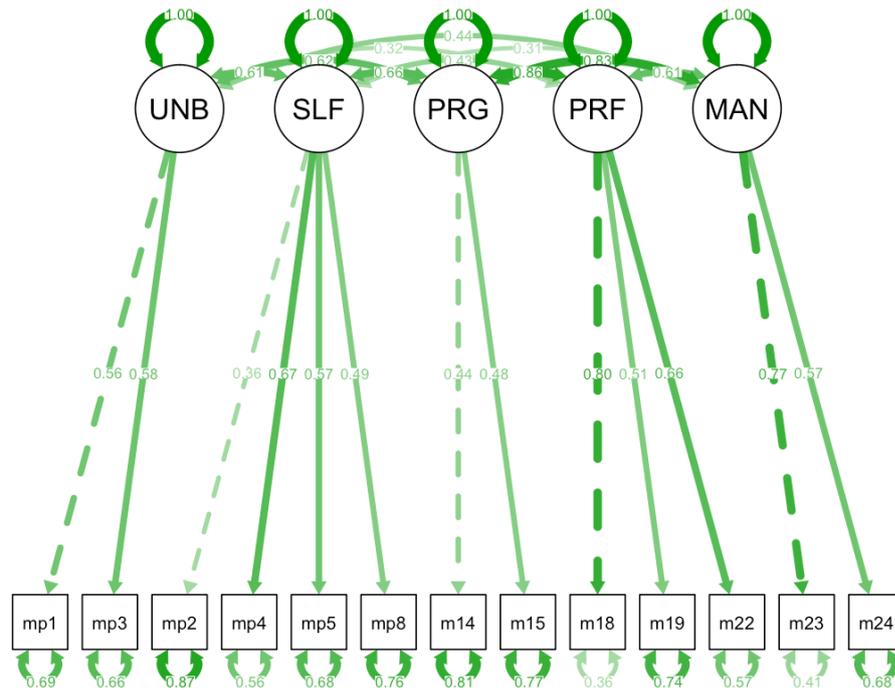


Рисунок 3 – Модель структуры нетворкинг-стратегии межличностного прагматизма по результатам конфирматорного факторного анализа (SEM)

Расшифровка буквенных обозначений:

mp* – вопросы шкалы межличностного прагматизма (подробнее см. Приложение);

UNB – фактор «Неверие в доброту»: мнение о том, что за добротой скрывается страх наказания или стремление получить выгоду;

SLF – фактор «Ориентация на свои интересы»: ориентация на свои интересы в первую очередь, мнение, что каждый сам за себя;

PRG – фактор «Прагматичность»: доброта воспринимается как прикрытие выгоды, не придается значение просоциальным мотивам поступков;

PRF – фактор «Выгодная дружба»: важность преследования выгоды и в отношениях – стремление приближать к себе полезных друзей;

MAN – фактор «Манипуляция через обязательства»: сознательное создание сети обязательств по отношению к себе, так, чтобы другой человек испытывал затруднение и неудобство при желании отказать.

Таблица 3 – Критерии соответствия модели межличностного прагматизма эмпирическим данным

Критерии соответствия	
Кол-во параметров	36.000
Степени свободы	55.000
X ²	59.570
CFI	0.991
RMSEA	0.018
SRMR	0.044

Надежность шкалы альфа Кронбаха составила 0,77, что позволяет говорить о ее согласованности. Обнаружена средне-слабая отрицательная корреляция со шкалой социальной желательности 0,36; уровень значимости $p < 0,01$. Значимой корреляции с возрастом не обнаружено, у мужчин балл по этой стратегии в среднем оказался выше, чем у женщин ($t=2,027$, $df=80,27$, $p < 0,05$).

Шкала персонального продвижения: в модель были включены 17 утверждений, они были сгруппированы в факторы согласно априорным критериям стратегии. Один из факторов: «избегание ситуаций зависимости от других людей» не вошел в модель, потому что соответствующие ему пункты не коррелировали с результирующей по шкале. В процессе проверки модели нам пришлось последовательно отказаться еще от двух критериев-факторов, чтобы добиться удовлетворительных показателей соответствия модели эмпирическим данным: 1 – «деятельной целеустремленности и трудоголизма» (пункты pp24 и pp28); 2 – «озабоченности репутацией ресурсного, сильного человека» (пункты pp2, pp3 и pp4) (см. Приложение). Еще три пункта (pp5, pp12 и pp14) были исключены из анализа, что не повлияло на структуру оставшихся субфакторов шкалы. Итоговая модель представлена на рисунке 4 с расшифровкой обозначений.

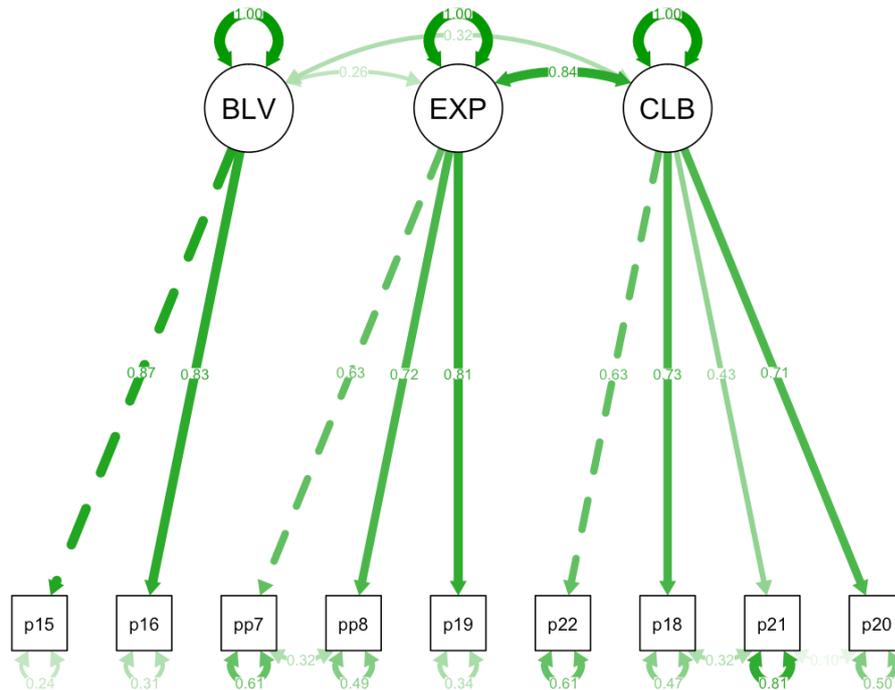


Рисунок 4 – Модель структуры нетворкинг-стратегии персонального продвижения по результатам конфирматорного факторного анализа (SEM)

Расшифровка буквенных обозначений:

pp* – вопросы шкалы персонального продвижения (подробнее см. Приложение);

BLV – фактор «Вера в себя»: вера, что есть возможность достичь всего желаемого и преодолеть трудности;

EXP – фактор «Экспансивность в контактах»: желание расширять круг контактов и знакомств;

CLB – фактор «Стремление к известности»: стремление получить известность и притягательность для людей

Модель из трех оставшихся факторов (9 пунктов) получила удовлетворительные оценки качества и соответствует эмпирическим данным, показатели качества модели представлены в таблице 4. Важно отметить, что учет связи между 7 и 8 пунктами и 21 – с 18 и 20 позволил улучшить модель и соответствует сильной связи между ними по смыслу и содержанию.

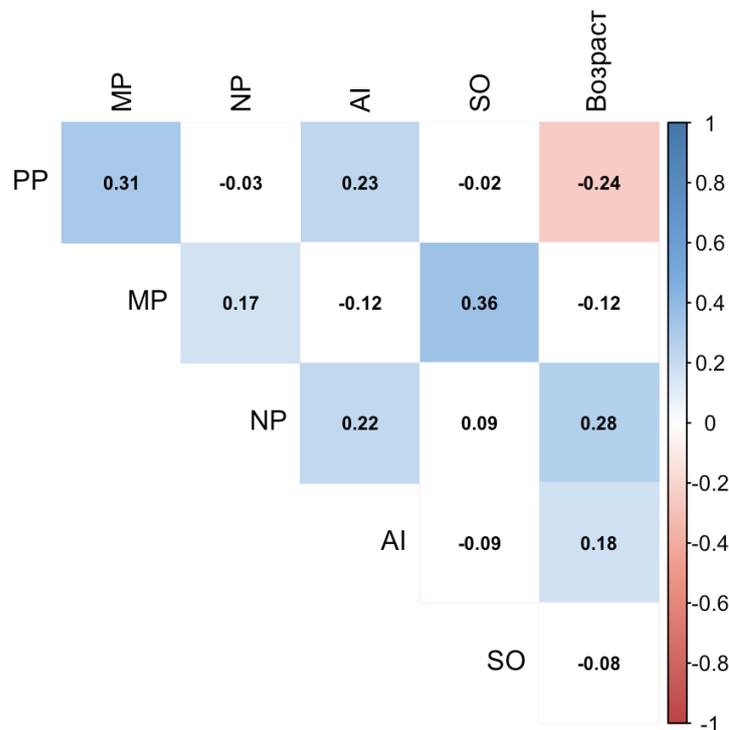
Таблица 4 – Критерии соответствия модели персонального продвижения эмпирическим данным

Критерии соответствия	
Кол-во параметров	24.000
Степени свободы	21.000
X ²	50.318
CFI	0.964
RMSEA	0.075
SRMR	0.044

Надежность шкалы альфа Кронбаха составила 0,82, что позволяет говорить о ее согласованности. Связь со шкалой социальной желательности не обнаружена. Корреляция с возрастом отрицательная и средне-слабая -0,24; уровень значимости $p < 0,01$. Значимой корреляции с возрастом не обнаружено, связи с полом не обнаружено.

Результаты корреляционного анализа шкал: в таблице 5 представлены связи нетворкинг-стратегий между собой, со шкалой социальной желательности и с возрастом.

Таблица 5 – Результаты корреляционного анализа шкал нетворкинг-стратегий между собой, с социальной желательностью и возрастом



Обозначения:

- PP – шкала персонального продвижения,
- MP – шкала межличностного прагматизма,
- NP – шкала нормативного партнерства,
- AI – шкала альтруистического инвестирования,
- SO – шкала социальной желательности.

Как видно, каждая стратегия средне-слабо положительно и значимо связана со своими соседними стратегиями, с которыми она разделяет один из векторов (просоциальность или эгоцентричность, нацеленность на накопление или использование социального капитала). При этом связи шкал, не имеющих общих векторов, не наблюдается. Это может рассматриваться как эмпирическое подтверждение априорной теоретической модели нетворкинг-стратегий. К сожалению, шкала межличностного прагматизма связана с социальной желательностью отрицательно и значимо.

Обсуждение

Результаты исследования показали, что мы можем рассматривать итоговый состав шкал нормативного партнерства и межличностного прагматизма как подтверждение априорной описательной модели этих двух нетворкинг-стратегий. Однако в состав всех трех рассматриваемых шкал не вошли критерии и пункты с негативной смысловой нагрузкой, такие как нежелание помогать тому, кто нарушает нормы, сниженное чувство долга, избегание зависимости от других людей. Возможно, что предполагаемая «отрицательная сторона» стратегий не может быть обнаружена в оценке стратегий опросным методом из-за неготовности социально адаптированных людей отвечать согласием на такие утверждения. Альтернативным объяснением может быть то, что негативная сторона не соответствует рассматриваемому феномену нетворкинг-стратегии, поскольку эти социальные паттерны позволяют людям вести успешную социальную жизнь. В любом случае, можно исключить такие пункты из дальнейшей работы.

Шкала персонального продвижения частично соответствовала по своему итоговому содержанию априорной дескриптивной модели: пункты, соответствующие всем «позитивным» критериям, оказались связаны с результирующей по шкале, но модель с их учетом не соответствовала данным в полной мере. Только оставив утверждения по трем критериям из

шести, предложенных нами на основе теоретического анализа, мы смогли добиться удовлетворительных показателей качества модели. Возможно, нам стоит повторно провести исследование на большей выборке с сохранением выделенных 13-ти пунктов и/или переформулировать те пункты, которые не вошли в итоговую модель.

Шкала межличностного прагматизма оказалась отрицательно связана с социальной желательностью. Это может приводить к тому, что оценки по этой шкале могут рассматриваться как достоверные только в случае откровенных ответов со стороны респондентов. Мы считаем, что эта шкала требует доработки, поскольку ставили перед собой цель разработать опросник социального поведения, независимый от социальной желательности (несмотря на то, что такая связь обычно наблюдается в опросниках, оценивающих близкие конструкты). Возможно, это приведет и к исчезновению связи балла по шкале с полом.

Шкала нормативного партнерства включает в себя два отдельных утверждения, не вошедших в субфакторы. С нашей точки зрения, это также требует проверки на большей выборке и с дополнением шкалы близкими им по содержанию пунктами для дополнительной проверки вхождения такого субфактора в модель.

Связи шкал с возрастом вполне интерпретируемы: можно считать, что с возрастом человек становится менее эгоцентричным, приобретая мудрость и понимая важность социальных отношений, но эту гипотезу необходимо проверять в отдельном исследовании. В целом, мы можем считать, что шкалы, отражающие критерии нетворкинг-стратегий, соответствуют по своему содержанию модели и подтверждают ее. Связи между шкалами нетворкинг-стратегий также соответствуют теоретической модели.

Выводы

- 1) Разработанные на основе теоретического анализа шкалы нетворкинг-стратегий получили первое эмпирическое подтверждение своей надежности и конструктивной валидности: соответствия априорной структуры субфакторов шкалы полученным по результатам конфирматорного факторного анализа. Их содержание, в целом, соответствует дескриптивной модели нетворкинг-стратегий, а связи между собой – представлению об их месте в заданном пространстве векторов просоциального-эгоцентрического и направленного на накопление или использование социального капитала поведения. Важно отметить, что критерии с негативной смысловой нагрузкой, такие как нежелание помогать тому, кто нарушает нормы, сниженное чувство долга, избегание зависимости от других людей не вошли ни в одну стратегию.
- 2) Стратегия нормативного партнерства включает в себя стремление к стабильности и предсказуемости, желанию опираться на нормы и правила в жизни, конформность, важность взаимности в отношениях, интерес к репутации других людей, желание выглядеть надежным человеком в глазах окружающих и связь самооценки с выполнением обязательств перед окружающими.
- 3) Стратегия межличностного прагматизма включает в себя ориентацию на свои интересы, в первую очередь, на отношение к доброте как к стремлению избежать наказания или получить выгоду, на желание приближать к себе «полезных» друзей и создавать сеть обязательств по отношению к себе таким образом, чтобы другой человек испытывал неудобство при возникновении желания отказать.
- 4) Стратегия персонального продвижения включает в себя озабоченность репутацией ресурсного, сильного человека,

ориентацию на поиск большего количества слабых связей, веру в себя и свои возможности, нацеленность на признание и получение известности и деятельную целеустремленность, «трудоголизм». Но, в отличие от других шкал, нам не удалось подтвердить структуру методом конфирматорного факторного анализа. Для соответствия модели эмпирическим данным пришлось исключить факторы «озабоченность репутацией ресурсного, сильного человека» и «деятельную целеустремленность, «трудоголизм» и соответствующие им пункты. Для вынесения суждения о содержании этой стратегии требуется дополнительное исследование.

**Полный текст опросника стратегий
и корреляции пунктов с результирующими по шкалам стратегий
(сумма баллов по всем предположительно относящимся к шкале пунктам)**

Обозначения:

- PP – шкала персонального продвижения,
- MP– шкала межличностного прагматизма,
- NP– шкала нормативного партнерства,
- AI– шкала альтруистического инвестирования,
- SO– шкала социальной желательности.

Расшифровка обозначений факторов, вошедших в состав каждой шкалы, дана в тексте статьи; пункты, которые вошли в шкалу отдельно, не включаясь в один из факторов, отмечены: «вошел в модель».

Звездочкой* помечены пункты и факторы, не вошедшие в финальную версию моделей.

Пункт опросника		AI	MP	NP	PP	SO	Фактор
ai1	Другие видят во мне человека, к которому легко обратиться за помощью	,571	-,056	,146	,130	-,070	
ai2	В каждом человеке я стараюсь разглядеть друга	,652	,011	,185	,228	-,019	
ai3	Я стараюсь изменить ситуацию к лучшему для всех	,640	-,030	,117	,184	-,140	
ai4	Я стараюсь так строить отношения, чтобы быть полезным людям	,600	,024	,174	,207	-,061	
ai5	Я забочусь о благополучии других людей	,585	-,154	,177	,177	-,103	
ai6	Я испытываю необходимость что-то сделать для того человека, с кем обошлись несправедливо	,541	-,120	,129	,029	-,022	
ai7	Я спокойно отношусь к тому, что другие считают меня слишком добрым	,523	-,036	,124	,048	-,031	
mp1	Если кто-то кажется уступчивым или заботливым, возможно, он просто боится или не может отказать	-,078	,373	,010	,032	,249	UNB
mp2	Я буду экономить силы и избегать участия в том, что важно только другим людям, но не мне	-,236	,338	-,054	,142	,073	SLF

mp3	Доброта скрывает за собой страх или стремление получить выгоду	-,135	,388	,101	,093	,212	UNB
mp4	Я считаю, что человек должен заботиться о своих интересах в первую очередь	-,193	,576	,012	,208	,113	SLF
mp5	Честные люди признают, что ставят свои интересы на первое место	,023	,453	,031	,201	,116	SLF
mp6	Успешные люди, по своей воле или вынужденно, кого-то ущемили или оттеснили на своем пути	,008	,374	,194	,146	,173	SLF*
mp7	Нет ничего плохого в том, что люди хотят получить от жизни как можно больше	,009	,388	-,006	,176	,141	SLF*
mp8	В окружающем нас мире каждый только сам за себя	-,158	,424	,026	,059	,085	SLF
mp9	Мне кажется, что руководители наслаждаются своим положением и властью	,015	,321	,161	,181	,275	
mp10	Человек должен кому-то только в том случае, если сам так считает	,037	,337	-,037	,050	,056	
mp11	Сделанное одолжение не обязывает меня поступить так же в ответ	-,289	,217	-,284	,021	,072	
mp12	Чувство долга может мешать людям принимать эффективные и рациональные решения	,019	,390	,069	,003	,181	PRG*
mp13	Я считаю, что ничего не должен другим людям	-,246	,340	-,147	,093	-,020	
mp14	Разумно объяснить сделанное добрыми намерениями, даже если это не так	-,047	,442	,197	,103	,244	PRG
mp15	Не важно добрые ли намерения управляют поступками, важен только результат	-,074	,483	,006	,267	,143	PRG
mp16	Любой поступок можно объяснить не только личным интересом, но и благими намерениями	,211	,087	,038	,118	-,051	
mp17	Я знаю с кем строить отношения, чтобы увеличить свои возможности	,117	,424	,101	,402	-,021	

mp18	Я буду стремиться угодить тому, кто поможет мне получить хорошее положение в дальнейшем	,012	,568	,282	,306	,198	PRF
mp19	Я восхищаюсь людьми, способными извлечь выгоду из любой ситуации	,033	,559	,246	,225	,255	PRF
mp20	Есть смысл помогать другому человеку только тогда, когда это принесет выгоду и тебе	-,094	,477	,142	,225	,175	PRF*
mp21	Я с легкостью могу вспомнить человека, к которому могу обратиться с определенной просьбой	-,062	,206	,083	,214	,071	
mp22	Я считаю важным приближать полезных людей к себе, дружить с ними	,145	,497	,259	,390	,178	PRF
mp23	Я стараюсь так строить отношения с людьми, чтобы они чувствовали себя обязанными по отношению ко мне	,063	,435	,197	,241	,270	MAN
mp24	Я стараюсь сделать так, чтобы другому человеку было трудно мне отказать	,048	,403	,112	,293	,255	MAN
mp25	Я помню, чем и кому был полезен или помог, и считаю себя вправе обратиться с просьбой, когда мне это будет важно или удобно	-,005	,385	,278	,144	,148	
mp26	Если есть возможность оказать какую-либо услугу важной персоне, этим необходимо воспользоваться	,115	,441	,382	,299	,122	
np1	Я испытываю сильное беспокойство, если приходится нарушить обещание или изменить договоренностям	,137	-,041	,306	-,088	,054	
np2	Мир справедлив: хорошие люди всегда живут лучше плохих	,123	,028	,144	,180	-,082	
np3	Хорошие люди не нарушают договоренности и правила	,171	-,027	,423	-,010	-,189	SFN
np4	Если нужно поддержать важное для моих коллег начинание, то на меня всегда можно положиться	,305	-,021	,289	,203	-,147	

np5	В первую очередь стоит руководствоваться правилами и законами, а не своими мыслями или идеями	-,003	-,040	,378	-,102	-,051	NRM
np6	Я сторонник того, чтобы на каждый случай было правило или закон, потому что это облегчает жизнь	,080	,190	,449	,003	,071	NRM
np7	Если кто-то нарушает правила и нормы взаимоотношений, я осуждаю его	,136	,043	,453	,067	,232	NRM
np8	Я считаю очень важным ощущение стабильности и предсказуемости во всем	,025	,144	,477	-,077	,036	вошел в модель
np9	Я считаю допустимым отказать в помощи человеку, который не помог мне	-,267	,339	,199	,111	,282	
np10	Я намеренно откажу в поддержке и помощи тому человеку, который сам не помогает другим	-,088	,158	,336	,085	,183	
np11	Я рассчитываю на то, что добрые дела по отношению к какому-либо человеку, должны приносить ответное добро	,170	,212	,415	,124	,135	вошел в модель
np12	Я полагаюсь только на тех людей, которые доказали на деле, что стоят моего доверия	,000	,103	,179	,044	-,033	
np13	Мне важно то, чтобы другие люди знали, что я ответственный и надежный человек	,224	,047	,486	,170	,012	SFN
np14	Когда я решаю помочь ли другому человеку, то учитываю, в первую очередь, насколько мы близки	-,055	,255	,223	,128	,203	
np15	Я стремлюсь в первую очередь быть надежным человеком, который выполняет свои обещания	,241	-,021	,398	,032	-,203	SFN*
np16	Если выбирать, то я бы предпочел славу надежного человека славе умного	,206	-,025	,371	-,134	-,068	SFN
np17	Мне интересно, что говорят обо мне другие люди	,158	,164	,311	,133	,346	

np18	Я внимателен к тому, что говорят о человеке, это помогает мне решить, стоит ли с ним иметь что-то общее	-,008	,151	,430	,086	,085	REP
np19	Надо проверить, с кем имеешь дело, прежде чем начинать сотрудничать	-,207	,074	,164	-,006	-,043	
np20	Мне всегда интересно знать, какова репутация человека, с которым я имею дело	,053	,175	,454	,180	,155	REP
np21	Я всегда участвую наравне с коллегами, когда необходимо собрать деньги или помочь кому-то	,224	-,170	,246	-,051	-,053	
np22	Я соглашусь с большинством, потому что важно приходиться к общему решению	,260	,051	,432	-,052	,108	CNF
np23	Стоит вкладываться только в те дела, которые получают поддержку у других людей	,053	,181	,406	,036	,055	CNF
np24	Если я вижу, что другие увеличивают свой вклад в общее дело, я тоже делаю так же	,239	,078	,458	,150	,058	CNF*
np25	Если я вижу, что коллеги много и увлеченно работают, я стараюсь не отстать от них	,258	,048	,471	,264	-,061	CNF*
pp1	Я избегаю того, чтобы люди помогали мне и оказывали поддержку, потому что не хочу, чтобы это меня обязывало	-,039	,125	,081	,018	-,049	
pp2	Мне хочется выглядеть в глазах других сильным человеком, имеющим большие ресурсы и возможности	,122	,303	,240	,575	,143	фактор желания влиять*
pp3	Я чувствую, что к моему мнению прислушиваются другие люди	,161	,127	-,041	,392	-,079	фактор желания влиять*
pp4	Я считаю себя влиятельным человеком	,110	,223	,167	,509	-,043	фактор желания влиять*
pp5	Я с удовольствием включаюсь в новые команды, начинаю работать с новыми людьми	,239	,002	,006	,402	-,146	EXP*
pp6	Я предпочту новые знакомства развитию старых связей	,120	,180	,044	,271	,100	
pp7	Необходимо стремиться к тому, чтобы круг твоих знакомств был как можно шире	,187	,180	,156	,457	-,003	EXP

pp8	Я стараюсь установить контакты с большим количеством людей	,268	,197	,142	,543	-,072	EXP
pp9	Я стараюсь избегать излишнего сближения с коллегами, хочу оставить за собой возможность сказать «нет»	-,164	,132	-,050	,091	,034	
pp10	Меня пугает зависимость от руководителя или коллег, необходимость вынужденно подчиняться	,008	,191	-,075	,166	,181	
pp11	Я могу позволить себе не согласиться с мнением большинства коллег	,074	,004	-,164	,225	-,190	
pp12	Мне нравится быть независимым, даже если это требует определенных усилий	,123	,147	,015	,369	-,087	BLV*
pp13	Я считаю себя независимым человеком	-,058	-,064	-,120	,213	-,292	
pp14	Я верю, что мои способности и качества выделяют меня среди других	,187	,175	,105	,472	-,012	BLV*
pp15	Я верю в то, что смогу преодолеть любые трудности	,035	,152	-,093	,446	-,161	BLV
pp16	Я уверен в том, что могу добиться всего, чего хочу	-,046	,199	-,161	,472	-,175	BLV
pp17	Другим людям может помочь только тот человек, который собой что-то представляет	,083	,155	,115	,324	,067	
pp18	Перспектива стать известным человеком привлекает меня	,135	,286	-,019	,624	,130	CLB
pp19	Чем больше людей меня знает, тем лучше	,196	,224	,139	,633	-,004	EXP
pp20	Цель моей жизни – добиться известности в своей области	,202	,264	,085	,677	,000	CLB
pp21	Слава – это заманчивая мечта каждого человека	,062	,316	,109	,499	,103	CLB
pp22	Я хочу быть магнитом, притягивающим к себе других людей	,228	,218	,169	,525	,155	CLB
pp23	Необходимо, чтобы как можно больше людей узнало о твоих добрых делах	,174	,270	,270	,310	,331	
pp24	Со стороны я выгляжу как человек много работающий ради своих целей	,100	,162	,094	,519	-,158	фактор приложения усилий *

pp25	Чтобы добиться успеха надо быть сильнее и активнее других	,121	,156	,201	,257	,045	
pp26	Я стараюсь отказываться от всего, что не ведет меня к достижению моих целей	,031	,379	,070	,417	-,105	
pp27	В стремлении к цели я забываю обо всем	,035	,346	,048	,368	,207	
pp28	Слава всегда скрывает за собой большой труд	,104	,081	,141	,398	-,148	фактор приложения усилий *
pp29	Я окружаю себя, в первую очередь, людьми преданными	-,016	,157	,284	,214	,017	
pp30	Если стремишься к лидерству, следует делиться своими ресурсами с другими, значимыми для тебя людьми	,163	,066	,062	,250	,103	

Список использованных источников

- Знаков В.В. Макиавеллизм: психологическое свойство личности и методика его исследования // Психологический журнал, 2000. 21(5). С. 16-22.
- Марарица Л.В., Казанцева Т.В. Оценка конструктивной валидности шкалы альтруистического инвестирования // Ананьевские чтения – 2018: Психология личности: традиции и современность: материалы международной научной конференции, 23-26 октября 2018 года. СПб., Айсинг, 2018. С. 69-70.
- Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Почебут Л.Г. Разработка шкалы альтруистического инвестирования // Ананьевские чтения – 2016. Психология: вчера, сегодня, завтра: материалы международной научной конференции, 25 – 29 октября 2016 года, в 2-х томах. СПб., 2016. Т. 2. С. 318-319.
- Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л. Вклад личности в социальный капитал группы: структура альтруистического инвестирования // Социальная психология и общество, 2018. Т. 9. № 1. С. 43-66.
- Марарица Л.В., Свенцицкий А.Л., Почебут Л.Г., Казанцева Т.В. // Стратегии нетворкинга и социальный капитал личности // Глобальные риски – локальные решения: материалы международной научно-практической конференции, СПб., 22 июня 2015. СПб., 2015. С. 62-69.
- Муздыбаев К. Эгоизм личности // Психологический журнал, 2000. Т. 21, № 2. С. 27-39.
- Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л., Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Кузнецова И.В. Социальный капитал личности. Монография. М., ИНФРА-М, 2014. 250 с.
- Ashton M.C., Lee K. Empirical, Theoretical, and Practical Advantages of the HEXACO Model of Personality Structure // Personality and Social Psychology Review, 2007. Vol. 11(2). Pp. 150-166.
- Bockler A., Tusche A., Singer T. The Structure of Human Prosociality: Differentiating Altruistically Motivated, Norm Motivated, Strategically Motivated, and Self-Reported Prosocial Behavior // Social Psychological and Personality Science, 2016. Vol. 7. No. 6. Pp. 530-541.
- Boone C., Declerck C., Kiyonari T. Inducing Cooperative Behavior among Proselfs versus Prosocials: The Moderating Role of Incentives and Trust // Journal of Conflict Resolution, 2010. Vol. 54(5). Pp. 799-824.
- Burt R.S. The Social Capital of Structural Holes // New Directions in Economic Sociology. New York: Russell Sage, 2001. Pp. 201-250.
- Czarna A.Z., Wrobel M., Dufner M., Zeigler-Hill V. Narcissism and Emotional Contagion: Do Narcissists Catch the Emotions of Others? // Social Psychological and Personality Science, 2015. Vol. 6. Pp. 318-324.
- Dalbert C. Belief in a Just World // Handbook of Individual Differences in Social Behavior, 2009. Pp. 288-297.
- Derville Gallicano T. Personal Relationship Strategies and Outcomes in a Membership Organization // Journal of Communication Management, 2009. Vol. 13(4). Pp. 310-328.
- Erickson B.H. The Distribution of Gendered Social Capital in Canada // Creation and Returns of Social Capital. London: Routledge, 2004. Pp. 27-50.

- Fang R., Landis B., Zhang Z., Anderson M.H., Shaw J.D., Kilduff M. Integrating Personality and Social Networks: A Meta-Analysis of Personality, Network Position, and Work Outcomes in Organizations // *Organization Science*, 2015. Vol. 26. Is. 4. Pp. 1243-1260.
- Fehr E., Fischbacher U. Social Norms and Human Cooperation // *Trends in Cognitive Sciences*, 2004. Vol. 8. Is. 4. Pp. 185-190.
- Fehr E., Fischbacher U. The Nature of Human Altruism // *Nature*, 2003. No. 425. Pp. 785-791.
- Ferris G.R., Treadway D.C., Kolodinsky R.W., Hochwarter W.A., Kacmar C.J., Douglas C., Frink D.D. Development and Validation of the Political Skill Inventory // *Journal of Management*, 2005. Vol. 31. Pp. 126-152.
- Flynn F.J., Reagans R.E., Amanatullah E.T., Ames D.R. Helping One's Way to the Top: Self-monitors Achieve Status by Helping Others and Knowing Who Helps Whom // *Journal of Personality and Social Psychology*, 2006. Vol. 91, No. 6. Pp. 1123-1137.
- Forret M.L., Dougherty T.W. Networking Behaviors and Career Outcomes: Differences for Men and Women? // *Journal of Organizational Behavior*, 2004. Vol. 25(3). Pp. 419-437.
- Gangestad S.W., Snyder M. Self-monitoring: Appraisal and Reappraisal // *Psychological Bulletin*, 2000. Vol. 126. No. 4. Pp. 530-555.
- Heiner R. *Social Problems: An introduction to Critical Constructionism*. Oxford University Press, USA, 2002.
- Kleinbaum A.M., Jordan A.H., Audia P.G. An Altercentric Perspective on the Origins of Brokerage in Social Networks: How Perceived Empathy Moderates the Self-monitoring Effect // *Organization Science*, 2015. Vol. 26. No. 4. Pp. 1226-1242.
- Kline R.B. Convergence of Structural Equation Modeling and Multilevel Modeling // *The Sage handbook of Innovation in Social Research Methods* / M. Williams, W.P. Vogt (eds). London: SAGE Publications Ltd., 2011. Pp. 562-589.
- Leiberg S., Klimecki O., Singer T. Short-Term Compassion Training Increases Prosocial Behavior in a Newly Developed Prosocial Game // *PloS One*, 2011. 6(3):e17798.
- Leider S., Möbius M.M., Rosenblat T., Do Q. Directed Altruism and Enforced Reciprocity in Social Networks // *The Quarterly Journal of Economics*, 2009. Vol. 124. No. 4. Pp. 1815-1851.
- Leliveld M.C., van Dijk E., van Beest I. Altruistic Compensation Vs. Altruistic Punishment: How People Restore Justice // *IACM 21st Annual Conference Paper*. Available at SSRN, 2008. URL: <http://ssrn.com/abstract=1298584> (Дата обращения 12.10.2017).
- Lin N. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001.
- Mehra A., Kilduff M., Brass D.J. The Social Networks of High and Low Self-monitors: Implications for Workplace Performance // *Administrative Science Quarterly*, 2001. Vol. 46, No. 1. Pp. 121-146.
- Michael J., Yukl G. Managerial Level and Subunit Function as Determinants of Networking Behavior in Organizations // *Group & Organization Management*, 1993. Vol. 18(3). Pp. 328-351.
- Miller D.T. Altruism and Threat to a Belief in a Just World // *Journal of Experimental Social Psychology*, 1977. Vol. 13. Is. 2. Pp. 113-124.
- Moren Cross J.L., Lin N. Access to Social Capital and Status Attainment in the United States: Racial Ethnic and Gender Differences // *Social Capital: An International Research Program*. New York: Oxford University Press, 2008. Pp. 380-393.

- Nook E.C., Ong D.C., Morelli S.A., Mitchell J.P., Zaki J. Prosocial Conformity: Prosocial Norms Generalize Across Behavior and Empathy // *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2016. Vol. 42 (8). Pp.1045-1062.
- Nowak M.A., Sigmund K. Evolution of Indirect Reciprocity // *Nature*, 2005. No. 437. Pp. 1291-1298.
- Oh H., Kilduff M. The Ripple Effect of Personality on Social Structure: Self-monitoring Origins of Network Brokerage // *Journal of Applied Psychology*, 2008. Vol. 93. No. 5. Pp. 1155-1164.
- Ostrom E. *Toward a Behavioral Theory Linking Trust, Reciprocity, and Reputation // Trust and Reciprocity: Interdisciplinary Lessons from Experimental Research*. New York: Russell Sage Foundation, 2003. Pp. 19-79.
- Panchanathan K., Boyd R. Indirect Reciprocity Can Stabilize Cooperation without the Second-Order Free Rider Problem // *Nature*, 2004. Vol. 432(7016). Pp. 499-502.
- Park L.E., Troisi J.D., Maner J.K. Egoistic Versus Altruistic Concerns in Communal Relationships // *Journal of Social and Personal Relationships*, 2011. No. 28. Pp. 315.
- Piliavin J.A, Callero P.L. *Giving Blood: The Development of an Altruistic Identity*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1991. 313 p.
- Pochebut L.G., Mararitsa L.V. Individual Strategies of Managing Social Capital: A New Look at the Psychology of Interpersonal Relationships // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2013. Vol. 86. Pp. 557-562.
- Safin V., Arfer K.B., Rachlin H. Reciprocation and Altruism in Social Cooperation // *Behavioural Processes*, 2015. Vol. 116. Pp. 12-16.
- Stich S.P., Doris J.M., Roedder, E. Altruism. In J.M. Doris, & The Moral Psychology Research Group (Eds.), *The Moral Psychology Handbook*. Oxford: Oxford University Press, 2010. Pp 147-205.
- Tulin M., Lancee B., Volker B. Personality and Social Capital // *Social Psychology Quarterly*, 2018. Pp. 295–318.
- Turner J.H., Valentine S.R. Cynicism as a Fundamental Dimension of Moral Decision-Making: A Scale Development // *Journal of Business Ethics*, 2001. Vol. 3. No. 2. Pp. 123-136.
- Van Lange P.A.M. The Pursuit of Joint Outcomes and Equality in Outcomes: An Integrative Model of Social Value Orientation // *Journal of Personality and Social Psychology*, 1999. Vol. 77 (2). Pp. 337-349.
- Van Vugt M., Roberts G., Hardy C. Competitive Altruism: Development of Reputation-based Cooperation in Groups // *Handbook of Evolutionary Psychology*, 2007. Pp. 531-540.
- Wolff H.G., Moser K. Effects of Networking on Career Success: A Longitudinal Study // *Journal of Applied Psychology*, 2009. Vol. 94(1). Pp. 196-206.

References

- Znakov V.V. Machiavellizm: psihologicheskoe svojstvo lichnosti i metodika ego issledovaniya [Machiavellianism: the psychological property of the individual and the method of his research] // Psihologicheskij zhurnal, 2000.21(5). Pp. 16-22. (In Russian)
- Mararitsa L.V., Kazanceva T.V. Ocenka konstruktnoj validnosti shkaly al'truisticheskogo investirovaniya [Assessment of constructive validity of the altruistic investment scale] // Anan'evskie chteniya – 2018: Psihologiya lichnosti: tradicii i sovremennost': materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii, 23-26 oktyabrya 2018 goda. SPb., Ajsing, 2018. Pp. 69-70. (In Russian)
- Mararitsa L.V., Kazanceva T.V., Pochebut L.G. Razrabotka shkaly al'truisticheskogo investirovaniya [Developing an altruistic investment scale] // Anan'evskie chteniya – 2016. Psihologiya: vchera, segodnya, zavtra: materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii, 25 – 29 oktyabrya 2016 goda, v 2-h tomah. Vol. 2. Pp. 318-319. (In Russian)
- Mararitsa L.V., Kazanceva T.V., Pochebut L.G., Svetsitskiy A.L. Vklad lichnosti v social'nyj kapital gruppy: struktura al'truisticheskogo investirovaniya [The contribution of the individual to the social capital of the group: the structure of altruistic investment] // Social'naya psihologiya i obshchestvo, 2018. Vol. 9. No. 1. Pp. 43-66. (In Russian)
- Mararitsa L.V., Svetsitskiy A.L., Pochebut L.G., Kazanceva T.V. // Strategii netvorkinga i social'nyj kapital lichnosti [Networking strategies and social capital of the individual] // Global'nye riski – lokal'nye resheniya: materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, SPb, 22 iyunya 2015. SPb., 2015. Pp. 62-69. (In Russian)
- Muzdybaev K. Ehgoizm lichnosti [Selfishness of personality] // Psihologicheskij zhurnal, 2000. Vol. 21, No. 2. Pp. 27-39. (In Russian)
- Pochebut L.G., Svetsitskiy A.L., Mararitsa L.V., Kazanceva T.V., Kuznetsova I.V. Social'nyj kapital lichnosti [Social capital of person]. Monografiya. M., INFRA-M, 2014. 250 p. (In Russian)
- Ashton M.C., Lee K. Empirical, Theoretical, and Practical Advantages of the HEXACO Model of Personality Structure // Personality and Social Psychology Review, 2007. Vol. 11(2). Pp. 150-166.
- Bockler A., Tusche A., Singer T. The Structure of Human Prosociality: Differentiating Altruistically Motivated, Norm Motivated, Strategically Motivated, and Self-Reported Prosocial Behavior // Social Psychological and Personality Science, 2016. Vol. 7. No. 6. Pp. 530-541.
- Boone C., Declerck C., Kiyonari T. Inducing Cooperative Behavior among Proselfs versus Prosocials: The Moderating Role of Incentives and Trust // Journal of Conflict Resolution, 2010. Vol. 54(5). Pp. 799-824.
- Burt R.S. The Social Capital of Structural Holes // New Directions in Economic Sociology. New York: Russell Sage, 2001. Pp. 201-250.
- Czarna A.Z., Wrobel M., Dufner M., Zeigler-Hill V. Narcissism and Emotional Contagion: Do Narcissists Catch the Emotions of Others? // Social Psychological and Personality Science, 2015. Vol. 6. Pp. 318-324.
- Dalbert C. Belief in a Just World // Handbook of Individual Differences in Social Behavior, 2009. Pp. 288-297.

- Derville Gallicano T. Personal Relationship Strategies and Outcomes in a Membership Organization // *Journal of Communication Management*, 2009. Vol. 13(4). Pp. 310-328.
- Erickson B.H. The Distribution of Gendered Social Capital in Canada // *Creation and Returns of Social Capital*. London: Routledge, 2004. Pp. 27-50.
- Fang R., Landis B., Zhang Z., Anderson M.H., Shaw J.D., Kilduff M. Integrating Personality and Social Networks: A Meta-Analysis of Personality, Network Position, and Work Outcomes in Organizations // *Organization Science*, 2015. Vol. 26. Is. 4. Pp. 1243-1260.
- Fehr E., Fischbacher U. Social Norms and Human Cooperation // *Trends in Cognitive Sciences*, 2004. Vol. 8. Is. 4. Pp. 185-190.
- Fehr E., Fischbacher U. The Nature of Human Altruism // *Nature*, 2003. No. 425. Pp. 785-791.
- Ferris G.R., Treadway D.C., Kolodinsky R.W., Hochwarter W.A., Kacmar C.J., Douglas C., Frink D.D. Development and Validation of the Political Skill Inventory // *Journal of Management*, 2005. Vol. 31. Pp. 126-152.
- Flynn F.J., Reagans R.E., Amanatullah E.T., Ames D.R. Helping One's Way to the Top: Self-monitors Achieve Status by Helping Others and Knowing Who Helps Whom // *Journal of Personality and Social Psychology*, 2006. Vol. 91, No. 6. Pp. 1123-1137.
- Forret M.L., Dougherty T.W. Networking Behaviors and Career Outcomes: Differences for Men and Women? // *Journal of Organizational Behavior*, 2004. Vol. 25(3). Pp. 419-437.
- Gangestad S.W., Snyder M. Self-monitoring: Appraisal and Reappraisal // *Psychological Bulletin*, 2000. Vol. 126. No. 4. Pp. 530-555.
- Heiner R. *Social Problems: An introduction to Critical Constructionism*. Oxford University Press, USA, 2002.
- Kleinbaum A.M., Jordan A.H., Audia P.G. An Altercentric Perspective on the Origins of Brokerage in Social Networks: How Perceived Empathy Moderates the Self-monitoring Effect // *Organization Science*, 2015. Vol. 26. No. 4. Pp. 1226-1242.
- Kline R.B. Convergence of Structural Equation Modeling and Multilevel Modeling // *The Sage handbook of Innovation in Social Research Methods* / M. Williams, W.P. Vogt (eds). London: SAGE Publications Ltd., 2011. Pp. 562-589.
- Leiberg S., Klimecki O., Singer T. Short-Term Compassion Training Increases Prosocial Behavior in a Newly Developed Prosocial Game // *PloS One*, 2011. 6(3):e17798.
- Leider S., Möbius M.M., Rosenblat T., Do Q. Directed Altruism and Enforced Reciprocity in Social Networks // *The Quarterly Journal of Economics*, 2009. Vol. 124. No. 4. Pp. 1815-1851.
- Leliveld M.C., van Dijk E., van Beest I. Altruistic Compensation Vs. Altruistic Punishment: How People Restore Justice // *IACM 21st Annual Conference Paper*. Available at SSRN, 2008. URL: <http://ssrn.com/abstract=1298584> (Accessed: 12.10.2017).
- Lin N. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001.
- Mehra A., Kilduff M., Brass D.J. The Social Networks of High and Low Self-monitors: Implications for Workplace Performance // *Administrative Science Quarterly*, 2001. Vol. 46, No. 1. Pp. 121-146.
- Michael J., Yukl G. Managerial Level and Subunit Function as Determinants of Networking Behavior in Organizations // *Group & Organization Management*, 1993. Vol. 18(3). Pp. 328-351.

- Miller D.T. Altruism and Threat to a Belief in a Just World // *Journal of Experimental Social Psychology*, 1977. Vol. 13. Is. 2. Pp. 113-124.
- Moren Cross J.L., Lin N. Access to Social Capital and Status Attainment in the United States: Racial Ethnic and Gender Differences // *Social Capital: An International Research Program*. New York: Oxford University Press, 2008. Pp. 380-393.
- Nook E.C., Ong D.C., Morelli S.A., Mitchell J.P., Zaki J. Prosocial Conformity: Prosocial Norms Generalize Across Behavior and Empathy // *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2016. Vol. 42 (8). Pp.1045-1062.
- Nowak M.A., Sigmund K. Evolution of Indirect Reciprocity // *Nature*, 2005. No. 437. Pp. 1291-1298.
- Oh H., Kilduff M. The Ripple Effect of Personality on Social Structure: Self-monitoring Origins of Network Brokerage // *Journal of Applied Psychology*, 2008. Vol. 93. No. 5. Pp. 1155-1164.
- Ostrom E. *Toward a Behavioral Theory Linking Trust, Reciprocity, and Reputation* // *Trust and Reciprocity: Interdisciplinary Lessons from Experimental Research*. New York: Russell Sage Foundation, 2003. Pp. 19-79.
- Panchanathan K., Boyd R. Indirect Reciprocity Can Stabilize Cooperation without the Second-Order Free Rider Problem // *Nature*, 2004. Vol. 432(7016). Pp. 499-502.
- Park L.E., Troisi J.D., Maner J.K. Egoistic Versus Altruistic Concerns in Communal Relationships // *Journal of Social and Personal Relationships*, 2011. No. 28. Pp. 315.
- Piliavin J.A., Callero P.L. *Giving Blood: The Development of an Altruistic Identity*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1991. 313 p.
- Pochebut L.G., Mararitsa L.V. Individual Strategies of Managing Social Capital: A New Look at the Psychology of Interpersonal Relationships // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2013. Vol. 86. Pp. 557-562.
- Safin V., Arfer K.B., Rachlin H. Reciprocation and Altruism in Social Cooperation // *Behavioural Processes*, 2015. Vol. 116. Pp. 12-16.
- Stich S.P., Doris J.M., Roedder, E. Altruism. In J.M. Doris, & The Moral Psychology Research Group (Eds.), *The Moral Psychology Handbook*. Oxford: Oxford University Press, 2010. Pp 147-205.
- Tulin M., Lancee B., Volker B. Personality and Social Capital // *Social Psychology Quarterly*, 2018. Pp. 295–318.
- Turner J.H., Valentine S.R. Cynicism as a Fundamental Dimension of Moral Decision-Making: A Scale Development // *Journal of Business Ethics*, 2001. Vol. 3. No. 2. Pp. 123-136.
- Van Lange P.A.M. The Pursuit of Joint Outcomes and Equality in Outcomes: An Integrative Model of Social Value Orientation // *Journal of Personality and Social Psychology*, 1999. Vol. 77 (2). Pp. 337-349.
- Van Vugt M., Roberts G., Hardy C. Competitive Altruism: Development of Reputation-based Cooperation in Groups // *Handbook of Evolutionary Psychology*, 2007. Pp. 531-540.
- Wolff H.G., Moser K. Effects of Networking on Career Success: A Longitudinal Study // *Journal of Applied Psychology*, 2009. Vol. 94(1). Pp. 196-206.