



от 10.01.2020

№ 60-14/1

### Справка

Выдана Л.В. Марарице, Т.В. Казанцевой, Л.Г. Почебут, А.Л. Свенцицкому в том, что статья авторов Л.В. Марарицы, Т.В. Казанцевой, Л.Г. Почебут, А.Л. Свенцицкого «Опросник нетворкинг-стратегий личности: валидизация методики» принята к рассмотрению журналом «Социальная психология и общество».

Главный редактор журнала

«Социальная психология и общество»

Н.Н. Толстых



## **Опросник нетворкинг-стратегий личности: валидизация методики**

***Марарица Л.В.,***

ФГБОУ ВО СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия,

larisamararitsa@mail.ru

***Казанцева Т.В.,***

ФГБОУ ВО СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия,

tatakaz@mail.ru

***Почебут Л.Г.,***

ФГБОУ ВО СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия,

ludmila.pochebut@gmail.com

***Свенцицкий А.Л.,***

ФГБОУ ВО СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия,

social.psychology@spbu.ru

**Аннотация** Осуществлена проверка психометрических показателей обновленной версии методики для измерения четырех нетворкинг-стратегий личности: «Альтруистическое инвестирование», «Нормативное партнерство», «Персональное продвижение», «Межличностный прагматизм». Опросник создан для описания индивидуального профиля поведения, направленного на создание, поддержание и использование контактов из персонального социального окружения (социальной сети). Ранее мы предложили конструкт «нетворкинг-стратегия личности», обосновали классификацию социальных стратегий и описали валидизацию краткой шкалы «Альтруистического инвестирования» (Марарица и др., 2019). В данном исследовании мы конкретизируем структуру и содержание остальных шкал и соотносим их с близкими по смыслу психологическими феноменами (эгоизмом, макиавеллизмом, верой в справедливый мир, мотивацией социального успеха). Все шкалы «Опросника нетворкинг-стратегий личности» имеют удовлетворительные показатели по

надежности (альфа Кронбаха от 0,716 до 0,836) и конструктивной валидности, что делает методику пригодным инструментом, а также эмпирически подтверждает дескриптивную модель нетворкинг-стратегий личности.

**Ключевые слова:** социальный капитал, стратегии нетворкинга, социальные стратегии личности, просоциальное поведение, альтруизм.

*Марарица Лариса Валерьевна*, кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры социальной психологии, Санкт-Петербургский государственный университет (ФГБОУ ВО СПбГУ), Санкт-Петербург, Россия. E-mail: larisamararitsa@mail.ru

*Казанцева Татьяна Валерьевна*, кандидат психологических наук, старший преподаватель кафедры социальной психологии, Санкт-Петербургский государственный университет (ФГБОУ ВО СПбГУ), Санкт-Петербург, Россия. E-mail: tatakaz@mail.ru

*Почебут Людмила Георгиевна*, доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии, Санкт-Петербургский государственный университет (ФГБОУ ВО СПбГУ), Санкт-Петербург, Россия. E-mail: ludmila.pochebut@gmail.com

*Свенцицкий Анатолий Леонидович*, доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии, Санкт-Петербургский государственный университет (ФГБОУ ВО СПбГУ), Санкт-Петербург, Россия. E-mail: social.psychology@spbu.ru

## **Введение**

Понятие нетворкинга (от англ. network – социальная сеть) в широком смысле означает выстраивание, развитие и использование человеком сети межличностных связей [26]. Установлено, что развитие сети социальных контактов позитивно сказывается на продвижении в карьере [15], на здоровье и субъективном благополучии человека [27]. Любой контакт в сети знакомств человека обладает ценностью [25]: он может быть источником

самых разных ресурсов, от материальных (деньги, вещи и пр.) до инструментальных (услуга, помощь) и эмоциональных (моральная поддержка, компания). Возможность доступа к ресурсам, которыми обладает социальная среда человека, составляют особый тип богатства - «социальный капитал».

Исследования социального капитала и социальных сетей остаются крайне востребованными и приобретают междисциплинарный характер [18]. При этом одним из главных ограничений этих исследований является невнимание к социальному поведению отдельной личности, ее активной роли при выборе способа взаимодействия с социальным окружением в соответствии со своими ценностями и целями [8].

До сих пор мало известно о том, каким образом происходит социальное «обогащение» на уровне личности, а также о том, как поведение отдельного индивида связано с обращением социального капитала в социальной сети. Нетворкинг-поведение индивида пока представляет собой «большой черный ящик в исследованиях социальных сетей» [23, р.1]. Нами был предложен конструкт «стратегии нетворкинга» [5] для описания индивидуальных особенностей социального поведения личности, а также разработана классификация нетворкинг-стратегий и методика оценки личностного профиля стратегий [4].

Новизна нашего подхода, определяющая уникальность разработанной типологии, состоит в том, что личность в нем рассматривается, с одной стороны, как субъект, предпочитающий ту или иную нетворкинг-стратегию, основываясь на своих ценностях и целях, а с другой стороны, - как актер, включенный в социальную сеть, занимающий там определенную позицию и выполняющий свою роль в формировании социального капитала. Такой подход позволяет дополнить «вольный» эмпирический способ выделения стратегий социального поведения личности, обосновав репертуар и содержание этих стратегий теоретическим анализом с сопоставлением феноменологии социального поведения личности и социального капитала [4].

Цель данной работы – оценка психометрических показателей обновленной версии методики для измерения нетворкинг-стратегий личности, а также эмпирическая проверка дескриптивной модели персональных стратегий.

Далее мы последовательно представим общие основания модели нетворкинг-стратегий; описание 4-х персональных стратегий; алгоритм создания методики и произведенные изменения в новой версии опросника; обновленные содержательные критерии для каждой из стратегий; обоснование выбора методик для валидации сконструированных шкал, и затем – описание и результаты эмпирической проверки надежности и валидности новой версии опросника.

### **Основания дескриптивной модели нетворкинг-стратегий личности**

Сами стратегии будут кратко охарактеризованы ниже, представим общие основания модели.

1. Стратегия (или общий план поведения) направлена на долговременные цели и реализацию тех или иных ценностей личности. Стратегия также направлена на достижение эффективных для личности состояний её социального окружения. Таким образом, нетворкинг-стратегия включает в себя: 1 – ценностное основание, 2 – ожидаемый эффект – предпочитаемое состояние социального окружения личности, 3 – поведение, реализующее ценности и ведущее к достижению цели.

2. В основе выделения нетворкинг-стратегий лежат два измерения: а) просоциальная или эгоистическая линия поведения; б) ориентация личности на приумножение социального капитала или на его использование.

3. Стратегия надситуативна, устойчива и проявляет себя во всех контекстах общения, оказывая влияние, которое распространяется не только на самого актора, но и создает эффекты, выходящие за рамки персональной сети знакомств.

4. Восприятие и возможные последствия выбора той или иной стратегии зависят от социальных и структурных особенностей общности - среды, к которой принадлежит личность.

5. Личность описывается не одной предпочитаемой стратегией, а их профилем.

Итак, мы определяем *нетворкинг-стратегию* (стратегию обращения с социальным капиталом) достаточно широко - как характерный для человека способ взаимодействия со своим социальным окружением, который, с одной стороны, определяется характеристиками социальных сетей, а с другой — сам влияет на их функционирование.

### **Психологическое содержание четырех нетворкинг-стратегий личности**

Кратко опишем каждую из четырех персональных нетворкинг-стратегий.

1. *Альтруистическое инвестирование (АИ)*. Это нетворкинг-стратегия, характеризующаяся, с одной стороны, просоциальной направленностью, с другой — ориентацией на приумножение социального капитала. Социальный капитал также можно определять как инвестирование в социальные отношения и получение «дивидендов» именно через них [18]. Только в случае АИ человек получает косвенную выгоду, улучшая условия взаимодействия в социальной среде, к которой он сам принадлежит. Для того чтобы отличить альтруистическое поведение от нормативного, взаимного и ориентированного на репутацию просоциального поведения [9], важно учитывать феномен альтруизма второго уровня, выражающийся в проявлении интереса к общему благу [13].

2. *Нормативное партнерство (НП)* - вторая просоциальная стратегия, но уже ориентированная на непосредственное использование социального капитала. Человека, у которого выражена эта стратегия поведения, характеризует уважение к традициям, обычаям и правилам поведения в отношениях с людьми. Особенно он чувствителен к норме

взаимности при оказании помощи: если я что-то сделал для другого, то могу рассчитывать на взаимность (и наоборот). Его волнуют вопросы справедливости. Отступление от принятых норм в той или иной сфере жизни может вызывать недовольство собой и окружающими. Он стремится избавиться от неопределенности повседневной жизни, упорядочить ее, сделать максимально предсказуемой и понятной. Человек с преобладанием этой стратегии заинтересован в том, чтобы быть в глазах других людей благонадежным партнером. Сам он тоже интересуется информацией о репутации других людей. Склонен инвестировать свои ресурсы с большей готовностью тогда, когда видит, что и другие поступают так же. Итак, ведущими механизмами в данном поведении является исполнение норм справедливости, реципрокности [9] и норм солидарности, конформности [21].

3. *Персональное продвижение (ПП)*. Представители этой стратегии стремятся к индивидуальной выгоде и ориентированы на прирост социального капитала. Для людей с выраженной стратегией ПП характерна особая вера в себя и свои возможности, целеустремленность для достижения поставленных целей. Эта черта является движущей силой их успеха и оказывает безусловное влияние на отношения с другими людьми. Такой человек выстраивает свою репутацию в глазах других как влиятельной и сильной персоны. Механизмы социального продвижения в данном случае - опора на широкий диапазон слабых и парасоциальных (односторонних) связей [19], а также обладание ценным ресурсом и понимание динамики обмена ресурсами в социальной сети, что позволяет занять в ней стратегическую позицию [14].

4. *Межличностный прагматизм (МП)*. Данная стратегия опирается на эгоцентрическую мотивацию поведения человека и стремление извлекать практическую выгоду из своих социальных связей. Для ярко выраженного прагматика характерно восприятие мира как места, где каждый сам за себя, и выживает сильнейший. Он стремится к свободе от ответственности и лишних

обременяющих обязательств, которые могут помешать ему в достижении личных целей. Такой способ взаимодействия в группе характеризуется готовностью делиться ресурсами только при условии риска наказания [10]. Наличие выгоды является в данном случае двигателем социального поведения. Не исключено и поведение на благо других людей, но инструментального характера, когда оно приводит к персональным достижениям [24].

### **Алгоритм создания опросника**

Алгоритм конструирования опросника включал следующие шаги:

- 1) выделение на основе теоретических и эмпирических исследований релевантных модели феноменов;
- 2) формулирование на основе феноменологического анализа критериев стратегий;
- 3) создание пула утверждений;
- 4) экспертная оценка, переформулирование и первичный отсев утверждений;
- 5) апробация опросника и проверка согласованности априорной и апостериорной моделей.

В более ранней нашей работе подробно описан феноменологический анализ по каждой из стратегий и первая эмпирическая проверка надежности и конструктивной валидности всех четырех шкал нетворкинг-стратегий [4]. Несмотря на то, что в целом содержание шкал нетворкинг-стратегий соответствовало дескриптивной модели, был обнаружен ряд моментов, потребовавших корректировки, они будут подробно описаны ниже.

### **Дизайн исследования**

По результатам апробации первой версии опросника были выдвинуты гипотезы, позволяющие уточнить критерии и содержание стратегий, а также доработать текст опросника (Приложение) и оценить его валидность.

### **Гипотезы исследования**



Проверялись две группы гипотез (о структурной и конвергентной валидности) отдельно по каждой из шкал в связи с внесенными в них изменениями.

Шкала **альтруистического инвестирования (АИ)** (краткая версия из 7 утверждений [3]) была дополнена 11 новыми утверждениями, чтобы обеспечить возможность проверки вхождения каждого из критериев стратегии в шкалу.

Гипотеза 1.1. Шкала АИ состоит из 6 факторов, соответствующих 6 критериям стратегии, выделенным на основе теоретического анализа: 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) ценность внутреннего вознаграждения за помощь другим людям; 6) важность общего блага по сравнению с личной репутацией.

Гипотеза 1.2. Краткая и расширенная версии шкалы АИ связаны на уровне, позволяющем говорить о том, что обе версии измеряют одну и ту же психологическую характеристику. Валидность краткой версии шкалы АИ оценивалась ранее [3].

В новой версии шкалы **нормативного партнерства (НП)** в фактор «Расчет на взаимность в отношениях», представленный одним пунктом, были добавлены два новых утверждения. Кроме того, выдвинуто предположение о том, что фактор «Желание контролировать и предвосхищать будущие события» (выделенный в результате эмпирического исследования и представленный в первой версии одним пунктом) может быть еще одним критерием стратегии. Чтобы это проверить, сформулированы два дополнительных утверждения.

Гипотеза 2.1. Шкала НП состоит из 6 факторов, соответствующих 6 критериям: 1) уважение к нормам и социальным институтам; 2) стремление иметь репутацию благонадежного человека; 3) интерес к информации о

репутации других людей; 4) готовность инвестировать свои усилия и ресурсы в общее дело только при условии, что другие делают так же; 5) ориентация и расчет на отдачу и взаимность в отношениях; 6) желание контролировать и предвосхищать будущие события.

Гипотеза 2.2. Стратегия НП связана с верой в справедливый мир.

Мы полагаем, что людям с преобладающей стратегией НП важно воспринимать социальное окружение как стабильное и упорядоченное, важно доверять социальным институтам, и вера в справедливый мир дает им эту возможность [17]. Эта вера указывает на наличие у человека персонального обязательства вести себя справедливо по отношению к тем людям, которые сами ведут себя справедливо в отношении него [11]. Такие люди верят, что будут так или иначе наказаны, если будут обманывать других, и награждены, если будут честны и добры. Действительно, исследования указывают на связь веры в справедливый мир и просоциального поведения [12].

Из шкалы **межличностного прагматизма (МП)** исключен критерий «Отрицание чувства долга» и заменены пункты, коррелирующие с социальной желательностью, для чего добавлены 8 новых утверждений.

Гипотеза 3.1. Шкала МП состоит из 5 факторов, соответствующих 5 критериям: 1) готовность делиться ресурсами только при условии риска наказания; 2) представление о мире как о «джунглях», где каждый ставит свои интересы на первое место; 3) объяснение своих поступков альтруизмом постфактум, для прикрытия истинных мотивов; 4) действие во благо других только при наличии личной выгоды; 5) эксплуатация нормы взаимности, создание сети социальных обязательств по отношению к себе.

Гипотеза 3.2. Стратегия МП связана с диспозиционным эгоизмом и макиавеллизмом.

Эгоизм понимается как мотивационное состояние, характеризующее заботу человека лишь о собственном благе, или только о своем преимуществе [6]. Эгоисты воспринимают окружающих как агрессивных,

завистливых, циничных и непорядочных. Важной характеристикой эгоистов является их склонность нарушать границы дозволенного ради достижения своих целей. Макиавеллизм подразумевает склонность человека манипулировать другими людьми в сочетании с верой в то, что это необходимо и даже полезно. В коммуникации с партнерами они направлены не на взаимодействие с ними, а на достижение личных целей [1].

Из первой версии шкалы **персонального продвижения (ПП)** по итогам эмпирической проверки исключен критерий «Избегание ситуации зависимости от других людей», и добавлены восемь новых пунктов в критерии «Озабоченность репутацией сильного и влиятельного человека» и «Деятельная целеустремленность и трудоголизм» для уточнения их релевантности стратегии.

Гипотеза 4.1. Шкала ПП состоит из 6 факторов, соответствующих 6 критериям: 1) привлекательность репутации успешного и влиятельного человека; 2) влиятельность и признание со стороны других людей; 3) экспансивность в социальных контактах, желание расширить круг знакомств; 4) вера в себя и свои возможности; 5) стремление к известности; 6) деятельная целеустремленность и трудоголизм.

Гипотеза 4.2. Стратегия ПП связана с мотивацией к достижению цели, стремлением к соперничеству (азартностью) и к социальному престижу.

Мы полагаем, что жизненный успех для людей со стратегией ПП лежит, прежде всего, в социальном измерении. Это не столько достижения сами по себе, сколько признание успеха со стороны социального окружения, общественное одобрение. Для высокой оценки обществом, с точки зрения таких людей, необходимы вещественные доказательства успеха – например, их социальный статус, материальный уровень жизни, внимание со стороны общества. Все это расширяет диапазон возможностей осуществлять социальное влияние [7]. Кроме того, сам успех (в данном случае, социальное продвижение), может стать целью их деятельности, что, в свою очередь, связано с установкой на соревновательность с другими людьми.

Также рассматривается связь стратегий друг с другом, с социальной желательностью (используется сокращенная версия шкалы социальной желательности Марлоу-Крауна [22]). Фиксировался пол, возраст, место жительства и факт специализации в области психологии, поскольку предполагалось, что все эти факторы могут влиять на ответы испытуемого.

### **Описание выборки**

Исследование проводилось в 2019 году на выборке 244 человека в возрасте от 18 до 55 лет (медиана - 30, среднее - 30.07), 83.6% - женщины (большинство жители г. Санкт-Петербурга с высшим/неполным высшим образованием).

### **Процедура исследования**

Выбрана форма онлайн-исследования из-за возможности быстрого сбора данных, контроля времени прохождения методик, исключения влияния присутствия исследователя (что важно для оценки социального поведения). Выборка формировалась методом снежного кома в виртуальной социальной сети («ВКонтакте»). Респонденты переходили на страницу с методиками после подтверждения ознакомления с информированным согласием. Сначала в случайном порядке предъявлялись вопросы новой версии «Опросника нетворкинг-стратегий» и шкалы социальной желательности [22]. После этого респонденты могли или закончить исследование, или продолжить отвечать на вопросы методики «МАС» [2], шкалы диспозиционного эгоизма [6], макиавеллизма [1] и веры в справедливый мир [20].

### **Методы обработки данных**

Для проверки гипотез о структуре нетворкинг-стратегий подходят методы структурного моделирования с оценкой качества модели (SEM), ее соответствия эмпирическим данным. Для каждой из шкал нетворкинг-стратегии мы строили отдельную модель. 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. Пороговыми значениями критериев для принятия модели считаются:  $CFI > 0.95$ ,  $RMSEA < 0.05$ ,  $SRMR < 0.05$  [16]. Для проверки гипотез о связи нетворкинг-стратегий с другими психологическими характеристиками подсчитывался коэффициент ранговой корреляции Спирмена; различия исследовались при помощи t-критерия Стьюдента для сравнения средних независимых выборок; проверка согласованности шкал проводилась при помощи коэффициента альфа Кронбаха.

### **Результаты**

Для проверки данных на мультиколлинеарность вычислялся квадрат множественного коэффициента корреляции (SMC). Пунктов со значением  $SMC \geq 0.8$  не было, что позволило приступить к построению моделей.

#### **Шкала альтруистического инвестирования (АИ)**

В соответствии с гипотезой 1.1, мы построили модель для шести факторов, но модель не соответствовала данным. Фактор «Важность общего блага по сравнению с личной репутацией» не входит в стратегию (рис.1): его исключение привело к хорошей сходимости модели и данных как по относительным, так и по абсолютным значениям критериев соответствия (табл.1).

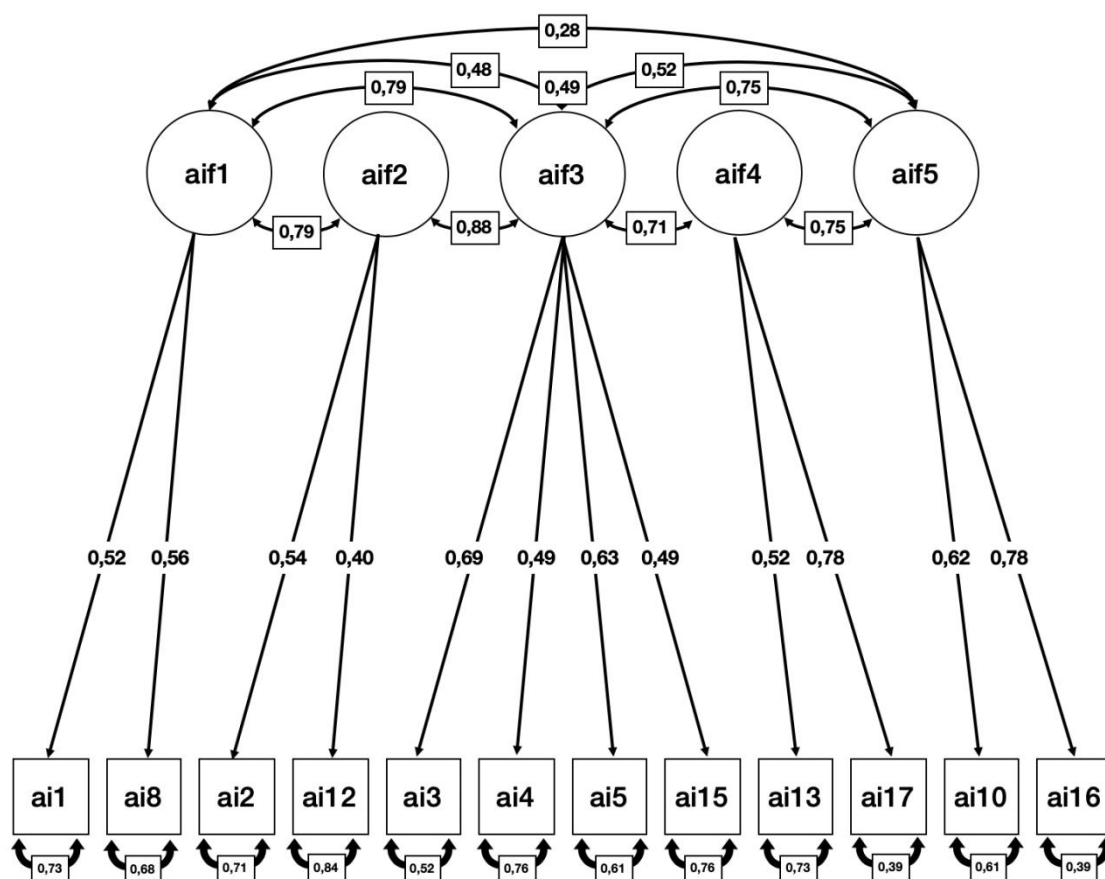


Рис.1. Модель структуры нетворкинг-стратегии альтруистического инвестирования по результатам конфирматорного факторного анализа (SEM)

Расшифровка буквенных обозначений вошедших в модель факторов и пунктов:

aif1 – фактор «Готовность и расположенность помогать»;

aif2 – фактор «Доброжелательность как норма отношения к другим людям»;

aif3 – фактор «Нацеленность на общее благо, на улучшение ситуации для всех»;

aif4 – фактор «Готовность помогать бескорыстно, без отдачи и вне перспективы сотрудничества»;

aif5 – фактор «Ценность внутреннего вознаграждения за помощь другим людям»;

ai<sup>1-16</sup> – пункты шкалы АИ (см. Приложение).

Таблица 1

### Критерии соответствия модели стратегии АИ эмпирическим данным

<b>Критерии соответствия</b>	<b>Значение критериев</b>
Количество параметров	34
Степени свободы	44
X2	53.232
CFI	0.983
RMSEA	0.029
SRMR	0.040

Значение альфа Кронбаха для новой версии шкалы из 12 пунктов составило 0.798. Корреляция краткой и новой расширенной версии шкалы  $R=0.845$ , что подтверждает гипотезу 1.2 о том, что оба варианта шкалы измеряют один и тот же конструкт.

### **Шкала нормативного партнерства (НП)**

В соответствии с гипотезой 2.1 мы построили модель для пяти факторов и для шести (с дополнительным фактором «Желание контролировать и предвосхищать будущие события»). Поддержку получила только пятифакторная модель, включающая критерии, выделенные в результате теоретического анализа (рис.2; табл.2).

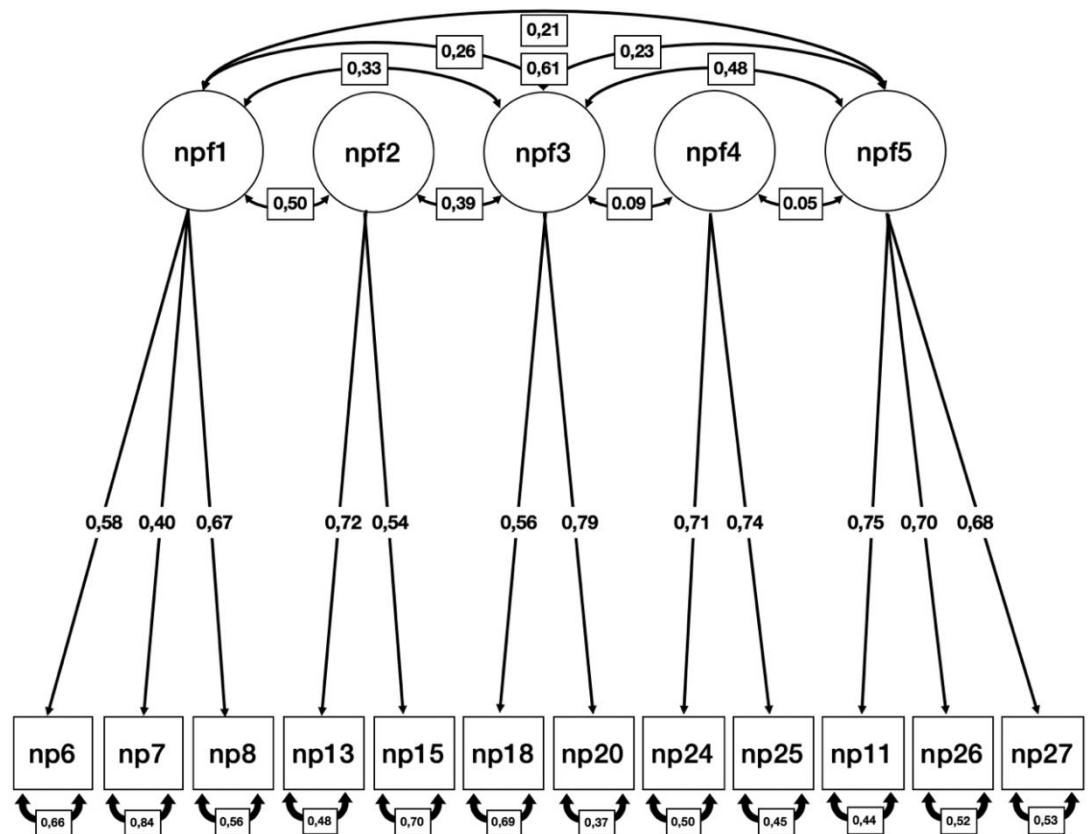


Рис. 2. Модель структуры нетворкинг-стратегии нормативного партнерства по результатам конфирматорного факторного анализа (SEM)

Расшифровка буквенных обозначений:

npf1 – фактор «Уважение к нормам и социальным институтам»;

npf2 – фактор «Стремление иметь репутацию благонадежного человека»;

npf3 – фактор «Интерес к информации о репутации других людей»;

npf4 – фактор «Готовность инвестировать свои усилия и ресурсы в общее дело только при условии, что другие делают так же»;

npf5 – фактор «Ориентация и расчет на отдачу и взаимность в отношениях»;

np<sup>6-27</sup> – пункты шкалы нормативного партнерства (см. Приложение).

Таблица 2

**Критерии соответствия модели НП эмпирическим данным**

Критерии соответствия	Значение критериев
-----------------------	--------------------



Количество параметров	34
Степени свободы	44
X <sup>2</sup>	44.668
CFI	0.999
RMSEA	0.008
SRMR	0.041

Значение альфа Кронбаха для новой версии шкалы из 12 пунктов составила 0.716.

### **Шкала межличностного прагматизма (МП)**

В соответствии с гипотезой 3.1, мы построили модель для пяти факторов. Ряд вопросов шкалы МП был переформулирован с целью снизить влияние социальной желательности на ответы (п. 15, 19, 23 и 24 в Приложении). Удовлетворительную сходимость на новых данных получила только четырехфакторная модель с исключенным фактором «Эксплуатация нормы взаимности, создание сети социальных обязательств по отношению к себе», состоящим как раз из новой версии пунктов 23 и 24 (рис.3; табл.3). Это противоречит результатам, полученным в рамках первого исследования

структуры этой стратегии, и теоретической модели [4].

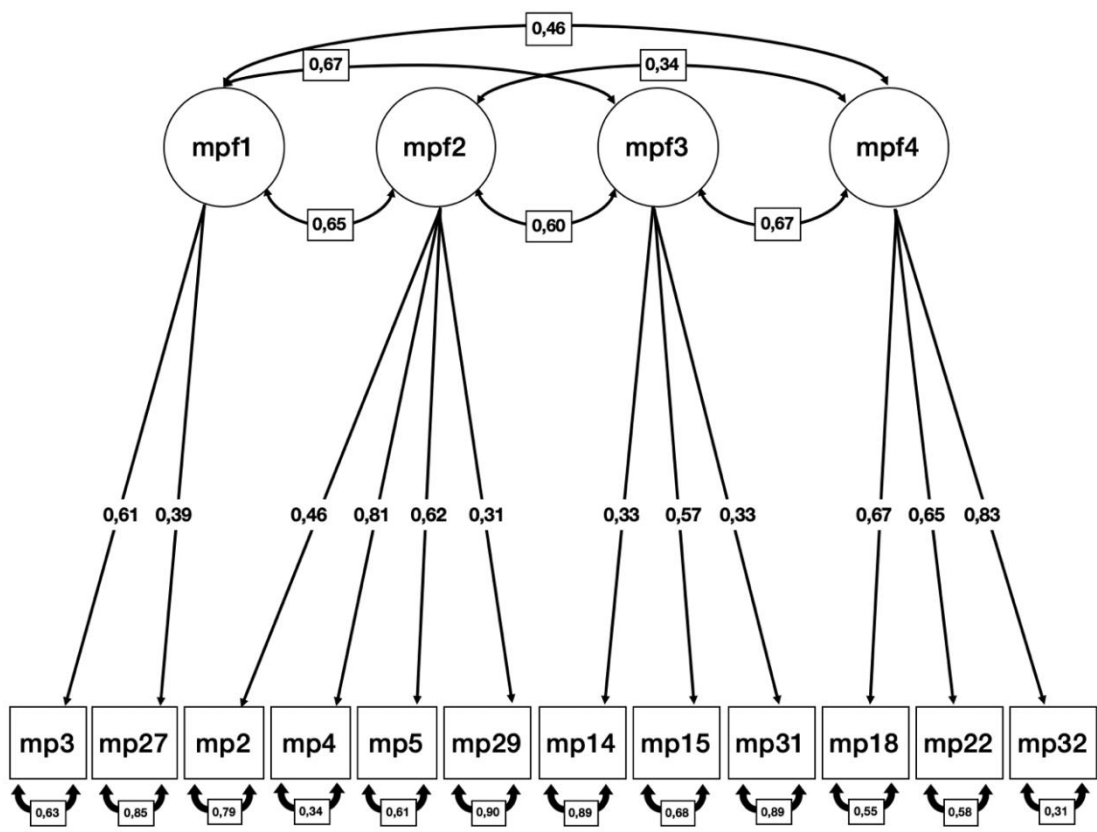


Рис. 3. Модель структуры нетворкинг-стратегии межличностного прагматизма по результатам конфирматорного факторного анализа (SEM)

Расшифровка буквенных обозначений:

mpf1 – фактор «Готовность делиться ресурсами только при условии риска наказания»;

mpf2 – фактор «Представление о мире как о «джунглях», где каждый ставит свои интересы на первое место»;

mpf3 – фактор «Объяснение своих поступков альтруизмом постфактум, для прикрытия истинных мотивов»;

mpf4 – фактор «Действие во благо других только при наличии личной выгоды»;

mp<sup>3-32</sup> – пункты шкалы межличностного прагматизма (см. Приложение).

### Критерии соответствия модели МП эмпирическим данным

Критерии соответствия	Значение критериев
Количество параметров	30
Степени свободы	48
X <sup>2</sup>	70.417
CFI	0.953
RMSEA	0.044
SRMR	0.049

Значение альфа Кронбаха для новой версии шкалы из 12 пунктов составила 0.736.

### Шкала персонального продвижения (ПП)

Как относительные, так и абсолютные значения критериев соответствия показали хорошую сходимость модели и данных при пятифакторном решении (рис.4; табл.4), в котором был исключен фактор «Деятельная целеустремленность и трудоголизм», не вошедший в модель и в рамках первого исследования [4]. Факторы и пункты, отвечающие за озабоченность репутацией успешного и влиятельного человека и признание со стороны других людей, в этот раз вошли в модель.

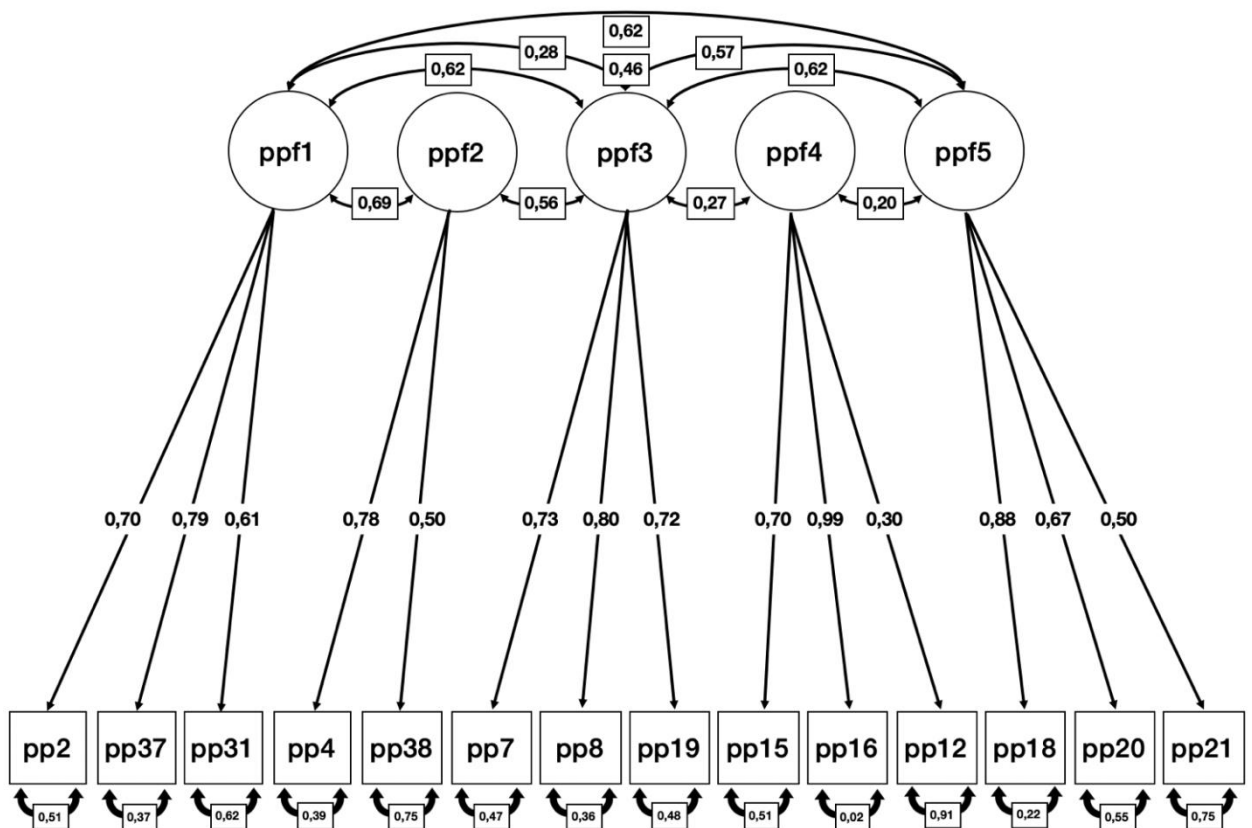


Рис.4. Модель структуры нетворкинг-стратегии персонального продвижения по результатам конфирматорного факторного анализа (SEM)

Расшифровка буквенных обозначений:

ppf1 – фактор «Привлекательность репутации успешного и влиятельного человека»;

ppf2 – фактор «Влиятельность и признание со стороны других людей»;

ppf3 – фактор «Экспансивность в социальных контактах, желание расширить круг знакомств»;

ppf4 – фактор «Вера в себя и свои возможности»;

ppf5 – фактор «Стремление к известности»;

pp<sup>2-21</sup> – пункты шкалы персонального продвижения (см. Приложение).

Таблица 4

#### Критерии соответствия модели ПП эмпирическим данным

Критерии соответствия	Значение критериев
Количество параметров	38

Степени свободы	67
X <sup>2</sup>	76.999
CFI	0.991
RMSEA	0.025
SRMR	0.039

Значение альфа Кронбаха для новой версии из 14 пунктов составила 0.836.

Перейдем к проверке гипотез о конвергентной валидности шкал нетворкинг-стратегий.

### **Связь шкал нетворкинг-стратегий между собой и с другими психологическими характеристиками личности**

Все стратегии связаны умеренно-слабыми положительными интеркорреляциями, кроме стратегий АИ и МП (табл.5). Три шкалы связаны с социальной желательностью, сильнее всего – АИ и МП, что говорит о необходимости включения шкалы социальной желательности при исследовании нетворкинг-стратегий.

Именно связь с социальной желательностью увеличивает отрицательную корреляцию между АИ и МП: частичная корреляция между ними за вычетом их связи с социальной желательностью составляет уже  $R=0.20$ , а не  $R=-0.33$ .

Таблица 5

### **Корреляции новых шкал между собой, с социальной желательностью и возрастом**

Шкалы	АИ	НП	МП	ПП
Альтруистическое инвестирование (АИ)				
Нормативное партнерство (НП)	0,24***			

<b>Межличностный прагматизм (МП)</b>	-0,33****	0,27****		
<b>Персональное продвижение (ПП)</b>	0,23***	0,18**	0,36****	
<b>Социальная желательность</b>	0,43****	-0,14*	-0,37****	0,08
<b>Возраст</b>	-0,01	0,06	-0,06	-0,18**

Уровень значимости корреляций: \*\*\*\* -  $p < 0.0001$ , \*\*\* -  $p < 0.001$ , \*\* -  $p < 0.01$ , \* -  $p < 0.05$

Из всех нетворкинг-стратегий только стратегия ПП теряет свою актуальность с возрастом, предпочтение остальных с возрастом не связано. Для просоциальных стратегий АИ и НП не обнаружено различий между мужчинами и женщинами. Для эгоцентрических стратегий значения выше среди мужчин: для МП средние по шкале составили  $m(\text{муж})=40,38$  и  $m(\text{жен})=36,91$  ( $p < 0,05$ ); для ПП -  $m(\text{муж})=50,45$  и  $m(\text{жен})=46,10$  ( $p < 0,05$ ).

Гипотеза 2.1 о связи стратегии нормативного партнерства и веры в справедливый мир не подтвердилась (табл.6). Вера в справедливый мир связана со стратегиями, ориентированными на накопление социального капитала (АИ и ПП), а не на его использование.

Гипотеза 3.2 о связи стратегии МП с диспозиционным эгоизмом и макиавеллизмом подтвердилась (табл.6), что может говорить о конвергентной валидности шкалы МП.

Таблица 6

**Корреляции нетворкинг-стратегий с другими психологическими характеристиками**

<b>Шкала</b>	<b>АИ</b>	<b>НП</b>	<b>МП</b>	<b>ПП</b>
Стремление к социальному престижу	0,07	0,20**	0,41****	0,75****
Стремление к соперничеству	0,28****	-0,01	-0,11	0,36****

(азартность)				
Мотивация к достижению цели	0.11	0.16*	0.30****	0.60****
Макиавеллизм	-0.57****	-0.05	0.51****	0.01
Диспозиционный эгоизм	-0.36****	-0.11	0.40****	0.15*
Вера в справедливый мир (общая)	0.37****	0.10	-0.03	0.24***

Уровень значимости корреляций: \*\*\*\* -  $p < 0.0001$ , \*\*\* -  $p < 0.001$ , \*\* -  $p < 0.01$ , \* -  $p < 0.05$

Гипотеза 4.2 о связи стратегии ПП с мотивацией к достижению цели, стремлением к соперничеству и социальному престижу подтвердилась. Интересно, что мотивация престижа и достижения цели связана и со стратегией МП, но значительно слабее. Кроме того, АИ оказывается связано со стремлением соперничать и азартностью, но не связано с мотивацией социального престижа и достижения цели, что позволяет отделить эту стратегию от ПП. Важно отметить, что вопросы шкалы стремления к соперничеству можно понимать и как требовательность к себе и желание выложиться, внести вклад, занять активную позицию. Если принимать в расчет такое содержание шкалы, то ее связь с АИ становится интерпретируемой.

### Выводы

Результаты исследования показывают, что содержание шкал опросника в целом соответствует априорной дескриптивной модели нетворкинг-стратегий личности, основанной на теоретическом анализе феноменов социального поведения.

Только для стратегии МП остался открытым вопрос о включенности критерия «Эксплуатация нормы взаимности, создание сети социальных обязательств по отношению к себе» в содержание стратегии, для ответа на этот вопрос необходимо проведение дополнительного исследования.

Итоговые версии шкал состоят из 12-14 пунктов и имеют удовлетворительную (с учетом их сложной структуры) согласованность (альфа Кронбаха от 0.72 до 0.84).

В предложенной версии опросника не удалось избежать связи шкал с социальной желательностью, поэтому рекомендуется включать такую шкалу в методику и исключать ответы тех респондентов, которые получили высокие оценки по шкале социальной желательности. Для шкалы АИ существует краткая версия из семи пунктов, не коррелирующая с социальной желательностью [3].

Анализ связи нетворкинг-стратегий МП и ПП с релевантными психологическими конструктами показал их конвергентную валидность.

Неожиданным оказалось отсутствие ожидаемой связи стратегии НП с верой в справедливый мир - убеждением, что каждый получает по заслугам, что люди и мир вокруг справедливы. Средне-слабые связи с верой в справедливый мир показали стратегии, ориентированные на накопление социального капитала, долгосрочное инвестирование в него (АИ и ПП). Для инвестирования в социальный капитал важна вера в отдачу, даже если она не такая очевидная и быстрая, как в случае непосредственного обмена ресурсами. Стратегия НП, по всей видимости, опирается скорее на социальные контракты между людьми, гарантии в виде социальных правил и норм.

Опросник нетворкинг-стратегий, состоящий из 50 утверждений и 4-х шкал, является надежным и валидным инструментом, который можно использовать в практических и исследовательских целях для оценки индивидуального профиля стратегий социального поведения личности.

### **Финансирование**

Работа выполнена при поддержке гранта РГНФ № 17-06-00777 «Нетворкинг-стратегии личности в формировании социального капитала социальной сети».



## Литература

1. *Знаков В.В.* Методика исследования макиавеллизма личности // Сибирский психологический журнал. 2001. №14-15. С.122-128.
2. *Кубышкина М. Л.* Психологические особенности мотивации социального успеха // Автореферат дисс. канд. психол. наук. Санкт-Петербург, 1997.
3. *Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л.* Альтруистическое инвестирование как нетворкинг-стратегия личности: разработка шкалы и проверка конструктивной валидности // Социальная психология и общество. 2019. Т.10. №3. С.157—176. doi:10.17759/sps.2019100310
4. *Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л.* Разработка опросника нетворкинг-стратегий личности // Петербургский психологический журнал. 2018. №25. С.13-50.
5. *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. 2015. С.62-69.
6. *Муздыбаев К.* Эгоизм личности // Психологический журнал. 2000. Т.21. №2. С.27-39.
7. *Якутина О. И.* Социальный успех: основные направления исследования феномена и понятия // Материалы научной конференции в г. Донецк. 2009. Т.15. С.78-88.
8. *Bensaou B.M., Galunic C., Jonczyk-Sédès C.* Players and purists: Networking strategies and agency of service professionals. // Organization Science. 2013. Vol.25(1). P.29-56. doi:10.1287/orsc.2013.0826.
9. *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.79(6). P.530-541. doi:10.1177/1948550616639650.

10. *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). P.799-824. doi:10.1177/0022002710372329.
11. *Dalbert C.* Belief in a just world // *Handbook of individual differences in social behavior* / In Leary M., Hoyle R. (eds). New York, London: The Guilford press. 2009. P.288-297.
12. *De Caroli M., Sagone E.* Belief in a just world, prosocial behavior, and moral disengagement in adolescence // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2014. №116. P.596-600. doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.263.
13. *Fehr E., Fischbacher U.* The Nature of Human Altruism // *Nature*. 2003. № 425. P. 785—791. doi:10.1038/nature02043.
14. *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 (6). P. 1123-1137. doi:10.1037/0022-3514.91.6.1123.
15. *Forret M.L., Dougherty T.W.* Networking behaviors and career outcomes: differences for men and women? // *Journal of Organizational Behavior*. 2004. Vol. 25 (3). P. 419-437. doi:10.1002/job.253.
16. *Kline R.B.* Convergence of Structural Equation Modeling and Multilevel Modeling // *The Sage handbook of Innovation in Social Research Methods* / In Williams M., Vogt W.P. (eds). London: SAGE Publications Ltd., 2011. Pp. 562-589. doi:10.4135/9781446268261.n31.
17. *Lerner M.J., Miller D.T.* Just world research and the attribution process: Looking back and ahead // *Psychological Bulletin*. 1978. V. 85. P. 1030–1051. doi:10.1037/0033-2909.85.5.1030.
18. *Lin N.* A Network Theory of Social Capital // *The Handbook of Social Capital* / In Castiglione, Dario, van Deth, Jan, Wolleb, Guglielmo (eds.). New York: Oxford University Press. 2008. P. 50—69. doi:10.4337/9781789907285.00009.

19. *Lin N.* Social Capital: A Theory of Social Structure and Action. Cambridge, UK: Cambridge University Press. 2001. doi:10.1017/CBO9780511815447.
20. *Nartova-Bochaver S., Donat M., Astanina N., Rüprich C.* Russian adaptations of General and Personal Belief in a Just World Scales: Validation and psychometric properties // *Social Justice Research*. 2018. Vol.31(1). P. 61-84. doi:10.1007/s11211-017-0302-5.
21. *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). P.1045-1062. doi:10.1177/0146167216649932.
22. *Ray J.J.* The reliability of short Social Desirability Scales // *The Journal of Social Psychology*. 1984. № 123. P.133-134. doi:10.1080/00224545.1984.9924522.
23. *Shipilov A., Labianca G., Kalnysh V., Kalnysh Y.* Career-related network building behaviors, range social capital, and career outcomes // *Academy of Management Proceedings*. 2007. No. 1, P. 1-6. Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management. doi:10.5465/ambpp.2007.26508183.
24. *Stich S.P., Doris J.M., Roedder E.* Altruism // *The Moral Psychology Handbook / In Doris J.M. and The Moral Psychology Research Group (eds.)*. Oxford: Oxford University Press. 2010. P. 147-205. doi:10.1093/acprof:oso/9780199582143.003.0006.
25. *Van der Gaag M., Snijders T.A.* Proposals for the measurement of individual social capital // *Creation and returns of social capital / In Flap H., Völker B. (eds.)*. New York: Routledge, Taylor & Fransis Group. 2004. P.154-169.
26. *Wolff H.G., Kim S.* The relationship between networking behaviors and the Big Five personality dimensions // *Career Development International*. 2012. Vol.17(1). P. 43-66. doi:10.1108/13620431211201328.
27. *Zhu X., Woo S. E., Porter C., Brzezinski M.* Pathways to happiness: From personality to social networks and perceived support // *Social networks*. 2013. Vol. 35(3). P. 382-393. doi:10.1016/j.socnet.2013.04.005.

**Инструкция, кодировки и содержание утверждений, ключ методики  
«Опросник нетворкинг-стратегий личности»**

*Инструкция:* Оцените степень своего согласия с каждым утверждением. Ответ не может быть верным или неверным, потому что утверждения подобраны так, чтобы отражать все многообразие мнений людей о мире и отношениях людей. Вероятно, вы согласитесь с одними утверждениями и не согласитесь с другими, здесь нет правильных и неправильных ответов. Пожалуйста, отметьте степень вашего согласия или несогласия с каждым утверждением по 5-балльной шкале от "совершенно не согласен" до "совершенно согласен».

№	Код	Утверждение
1	ai1	Другие видят во мне человека, к которому легко обратиться за помощью
2	ai2	В каждом человеке я стараюсь разглядеть друга
3	ai3	Я стараюсь изменить ситуацию к лучшему для всех
4	ai4	Я стараюсь так строить отношения, чтобы быть полезным людям
5	ai5	Я забочусь о благополучии других людей
6	ai8	Я обычно не отказываю в помощи, когда меня о ней просят
7	ai10	Для меня счастье – это когда другим становится лучше от моей помощи
8	ai12	Я из тех людей, кто оправдывает другого человека до последнего
9	ai13	Помогая, я стараюсь сделать все, чтобы человек не чувствовал себя мне обязанным
10	ai15	Я идеалист, который считает, что люди способны работать на общее благо
11	ai16	Лучшая награда – это когда людям вокруг тебя хорошо
12	ai17	Я буду помогать людям, даже если никто не заметит моих усилий
13	пр6	Я сторонник того, чтобы на каждый случай было правило или закон, потому что это облегчает жизнь
14	пр7	Если кто-то нарушает правила и нормы взаимоотношений, я осуждаю его
15	пр8	Я считаю очень важным ощущение стабильности и предсказуемости во всем
16	пр11	Я рассчитываю на то, что добрые дела по отношению к какому-либо человеку должны приносить ответное добро

17	np13	Мне важно то, чтобы другие люди знали, что я ответственный и надежный человек
18	np15	Я стремлюсь в первую очередь быть надежным человеком, который выполняет свои обещания
19	np18	Я внимателен к тому, что говорят о человеке, это помогает мне решить, стоит ли с ним иметь что-то общее
20	np20	Мне всегда интересно знать, какова репутация человека, с которым я имею дело
21	np24	Если я вижу, что другие увеличивают свой вклад в общее дело, я тоже делаю так же
22	np25	Если я вижу, что коллеги много и увлеченно работают, я стараюсь не отстать от них
23	np26	Мне важно, чтобы на мою доброту отвечали взаимностью
24	np27	Доброта должна вознаграждаться
25	mp2	Я буду экономить силы и избегать участия в том, что важно только другим людям, но не мне
26	mp3	Доброта скрывает за собой страх или стремление получить выгоду
27	mp4	Я считаю, что человек должен заботиться о своих интересах в первую очередь
28	mp5	Честные люди признают, что ставят свои интересы на первое место
29	mp14	Разумно объяснить сделанное добрыми намерениями, даже если это не так
30	mp15	Не важно, какие намерения управляют поступками, важен только результат
31	mp18	Я буду стремиться угодить тому, кто поможет мне получить хорошее положение в дальнейшем
32	mp22	Я считаю важным приближать полезных людей к себе, дружить с ними
33	mp27	Многие не отказывают в просьбе, потому что это может настроить других против них
34	mp29	Если хочешь добиться успеха, будь готов конкурировать
35	mp31	Важно заявлять о своих добрых намерениях, даже если не собираешься что-то делать
36	mp32	Для меня важно получить расположение человека, который в будущем может помочь
37	pp2	Мне хочется выглядеть в глазах других сильным человеком, имеющим большие ресурсы и возможности
38	pp4	Я считаю себя влиятельным человеком
39	pp7	Необходимо стремиться к тому, чтобы круг твоих знакомств был как можно шире
40	pp8	Я стараюсь установить контакты с большим количеством людей
41	pp12	Мне нравится быть независимым, даже если это требует

		определенных усилий
42	pp15	Я верю в то, что смогу преодолеть любые трудности
43	pp16	Я уверен в том, что могу добиться всего, чего хочу
44	pp18	Перспектива стать известным человеком привлекает меня
45	pp19	Чем больше людей меня знает, тем лучше
46	pp20	Цель моей жизни – добиться известности в своей области
47	pp21	Слава – это заманчивая мечта каждого человека
48	pp31	Мне нравится оказывать влияние на других людей
49	pp37	Мне важно поддерживать образ человека, который может многого достичь
50	pp38	Люди часто обращаются ко мне за советом

*Ключ:* все утверждения прямые, вычисляется сумма баллов по каждой шкале.

Чем больше балл по шкале, тем выше степень предпочтения стратегии.

Шкала АИ – пункты 1-12.

Шкала НП – пункты 13-24.

Шкала МП – пункты 25-36.

Шкала ПП – пункты 2-38.

*A measure of personality networking strategies: Questionnaire validation*

***Mararitsa L.V.,***

Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russia,

larisamararitsa@mail.ru

***Kazantseva T.V.,***

Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russia,

tatakaz@mail.ru

***Pochebut L.G.,***

Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russia,

ludmila.pochebut@gmail.com

***Sventsitskiy A.L.,***

Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russia,

**Abstract** We have tested the psychometric properties of the updated version of the measure for four networking strategies of the individual: Altruistic Investment, Normative Partnership, Personal Promotion, Interpersonal Pragmatism. The questionnaire was created to describe an individual profile of behavior aimed at creating, maintaining and using contacts from a personal social environment (social network). Earlier, we proposed the construct “personal networking strategy”, substantiated the classification of social strategies, and described the validation of the short “Altruistic Investment” scale (Mararitsa et al., 2019). In this study, we specify the structure and content of the remaining scales and correlate them with close psychological phenomena (egoism, machiavellianism, belief in a just world, and motivation for social success). All scales of the Personal Networking Strategies Questionnaire have satisfactory indicators of reliability (Cronbach alpha from 0.716 to 0.836) and structural validity, which makes the measure a high-quality tool, and also empirically confirms the descriptive model of personal networking strategies.

**Keywords:** social capital, networking strategies, individual social strategies, prosocial behavior, altruism.

### **Funding**

This work was supported by grant RFH № 17-06-00777.

### **References**

1. Znakov V.V. Metodika issledovaniya makiavellizma lichnosti (Methodology for the study of personality Machiavellianism) // Sibirskiy psikhologicheskiy zhurnal [Siberian Journal of Psychology], 2001, no. 14-15, pp.122-128. (in Russ., abstr. in Engl.).
2. Kubyshkina M. L. Psikhologicheskiye osobennosti motivatsii sotsial'nogo uspekha [Psychological features of motivation for social success]. PhD (Psychology) Thesis. Saint-Petersburg, Russia, 1997. (in Russ.)

3. Mararitsa L.V., Kazantseva T.V., Pochebut L.G., Sventitsky A.L. Al'truisticheskoye investirovaniye kak networking-strategiya lichnosti: razrabotka shkaly i proverka konstruktnoy validnosti [Altruistic investment as a personal networking strategy: development of a scale and verification of construct validity]. *Social'naâ psihologiâ i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 2019, V.10, no 3, pp. 157-176. (in Russ., abstr. in Engl.). doi: 10.17759 / sps.2019100310
4. Mararitsa L.V., Kazantseva T.V., Pochebut L.G., Sventsitsky A.L. Razrabotka oprosnika networking-strategiy lichnosti [Development of the 'Personality Networking Strategies' Questionnaire]. *Peterburgskiy psikhologicheskii zhurnal* [Petersburg Psychological Journal], 2018, no. 25, pp. 13-50. (in Russ., abstr. in Engl.).
5. Mararitsa L.V., Sventsitsky A.L., Pochebut L.G., Kazantseva T.V. Strategii networkinga i sotsial'nyy capital lichnosti [Networking strategies and social capital of an individual]. *Global'nyye riski – lokal'nyye resheniya* [Global risks - local solutions: materials of the international scientific and practical conference], St. Petersburg, June 22, 2015, pp. 62-69. (in Russ., abstr. in Engl.).
6. Muzdybaev K. Egoizm lichnosti [Egoism of personality]. *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological journal], 2000, vol. 21, no. 2, pp. 27-39. (in Russ., abstr. in Engl.).
7. Yakutina O.I. Sotsial'nyy uspekh: osnovnyye napravleniya issledovaniya fenomena i ponyatiya [Social success: the main directions of the study of the phenomenon and concepts]. *Materialy nauchnoy konferentsii* [Materials of a scientific conference in Donetsk], 2009, vol. 15, pp. 78-88. (in Russ.).
8. Bensaou B.M., Galunic C., Jonczyk-Sédès C. Players and purists: Networking strategies and agency of service professionals. *Organization Science*, 2013, vol.25(1), pp.29-56. doi:10.1287/orsc.2013.0826.
9. 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.  
doi:10.1177/1948550616639650.
- 10.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. doi:10.1177/0022002710372329.
  - 11.Dalbert C. Belief in a just world. *Handbook of individual differences in social behavior*. In Leary M., Hoyle R. (eds). New York, London: The Guilford press. 2009, pp.288-297.
  - 12.De Caroli M., Sagone E. Belief in a just world, prosocial behavior, and moral disengagement in adolescence. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2014, no.116, pp.596-600. doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.263.
  - 13.Fehr E., Fischbacher U. The Nature of Human Altruism. *Nature*, 2003, no 425, pp. 785—791. doi:10.1038/nature02043.
  - 14.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 (6), pp. 1123-1137. doi:10.1037/0022-3514.91.6.1123.
  - 15.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. doi:10.1002/job.253.
  - 16.Kline R.B. Convergence of Structural Equation Modeling and Multilevel Modeling. *The Sage handbook of Innovation in Social Research Methods*. In Williams M., Vogt W.P. (eds). London: SAGE Publications Ltd., 2011, pp. 562-589. doi:10.4135/9781446268261.n31.
  - 17.Lerner M.J., Miller D.T. Just world research and the attribution process: Looking back and ahead. *Psychological Bulletin*, 1978, no. 85, pp. 1030–1051. doi:10.1037/0033-2909.85.5.1030.

18. Lin N. A Network Theory of Social Capital. *The Handbook of Social Capital*. In Castiglione, Dario, van Deth, Jan, Wolleb, Guglielmo (eds.). New York: Oxford University Press, 2008, pp.50—69. doi:10.4337/9781789907285.00009.
19. Lin N. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2001. doi:10.1017/CBO9780511815447.
20. Nartova-Bochaver S., Donat M., Astanina N., Rüprich C. Russian adaptations of General and Personal Belief in a Just World Scales: Validation and psychometric properties. *Social Justice Research*, 2018, vol.31(1), pp. 61-84. doi:10.1007/s11211-017-0302-5.
21. 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. doi:10.1177/0146167216649932.
22. Ray J.J. The reliability of short Social Desirability Scales. *The Journal of Social Psychology*, 1984, no 123, pp.133-134. doi:10.1080/00224545.1984.9924522.
23. Shipilov A., Labianca G., Kalnysh V., Kalnysh Y. Career-related network building behaviors, range social capital, and career outcomes. *Academy of Management Proceedings*, 2007, no.1, pp.1-6. doi:10.5465/ambpp.2007.26508183.
24. Stich S.P., Doris J.M., Roedder E. Altruism. *The Moral Psychology Handbook*. In Doris J.M. and The Moral Psychology Research Group (eds.). Oxford: Oxford University Press, 2010, pp. 147-205. doi:10.1093/acprof:oso/9780199582143.003.0006.
25. Van der Gaag M., Snijders T.A. Proposals for the measurement of individual social capital. Creation and returns of social capital. In Flap H., Völker B. (eds.). New York: Routledge, Taylor & Fransis Group, 2004, pp.154-169.
26. Wolff H.G., Kim S. The relationship between networking behaviors and the Big Five personality dimensions. *Career Development International*, 2012, vol.17(1), pp. 43-66. doi:10.1108/13620431211201328.

27.Zhu X., Woo S. E., Porter C., Brzezinski M. Pathways to happiness: From personality to social networks and perceived support. *Social networks*, 2013, vol. 35(3), pp. 382-393. doi:10.1016/j.socnet.2013.04.005.