Методики диагностики и программы исследования в социальной, политической и экономической психологии

ИП РАН

Российская академия наук
Институт психологии

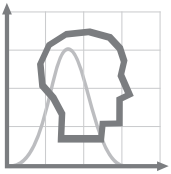
Методики диагностики и программы исследования в социальной, политической и экономической психологии

Ответственные редакторы:
А. Е. Воробьева, Т. А. Нестик, Н. Н. Хащенко

Российская академия наук
Институт психологии

Методики диагностики
и программы исследования в социальной, политической и экономической психологии

Ответственные редакторы:
А. Е. Воробьева, Т. А. Нестик, Н. Н. Хащенко



Москва
Издательство
«Институт психологии РАН»
2026

УДК 159.9
ББК Ю95
М54

Все права защищены. Любое использование материалов данной книги полностью или частично без разрешения правообладателя запрещается.

Рецензенты:
Юревич Андрей Владиславович, доктор психологических наук, профессор, член-корреспондент РАН
Белинская Елена Павловна, доктор психологических наук, профессор МГУ им. М.В. Ломоносова

М54 Методики диагностики и программы исследования в социальной, политической и экономической психологии. / Отв. ред. А. Е. Воробьева, Т. А. Нестик, Н. Н. Хащенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2026. 1080 с.

ISBN 978-5-9270-0494-2

Сборник методик и программ исследования охватывает широкий круг тем, связанных с социальной, экономической и политической психологией: социальные верования, нравственные убеждения личности, субъективное благополучие личности, мотивы опосредованного цифровыми технологиями взаимодействия с другими людьми, вовлеченность в информационно-технологическую среду, психологическое воздействие в социальных сетях, совместная деятельность в группе, групповая свобода, групповая рефлексивность, психосоциальная среда группы, глобальная идентичность, коллективные чувства, социально-психологические ресурсы развития карьеры в организации, финансовая тревожность, отношение к криптовалюте, образ труда, подготовка к выходу на пенсию, материализм как часть ценностной системы личности, отношение к потребительскому экстремизму, воспринимаемая справедливость политической системы, политическое доверие и цинизм, отношение к социальным изменениям в стране, отношение к морально спорным социальным явлениям и др.

Книга адресована в первую очередь специалистам в области социальной, политической и экономической психологии, психологии личности, она будет полезна преподавателям и студентам психологических, социологических, политологических и экономических факультетов вузов.

«Институт психологии РАН», 2026

ISBN 978-5-9270-0494-2

СОДЕРЖАНИЕ

Воробьева А. Е., Нестик Т. А., Хащенко Н. Н.
Предисловие 11

Раздел 1.
Социальная психология личности

Татарко А. Н., Макласова Е. В.
Валидизация опросника «Круговая структура личностных метачерт» на российской выборке 16

Татарко А. Н., Лебедева Н. М.
Разработка и апробация сокращенной версии методики «Социальные аксиомы» М. Бонда и К. Леунга 49

Шамионов Р. М.
Шкала субъективного благополучия личности: короткий вариант 80

Воробьева А. Е., Шмидт Д. А., Нестик Т. А.
Русскоязычная адаптация методики диагностики мотивов пользования сервисами онлайн-знакомств 94

Раздел 2.
Социальная психология малых групп и организаций

Сарычев С. В., Скорикова Е. И.
Методика исследования ориентировочной основы совместной деятельности 122

Сарычев С. В., Ларина Г. Н.
Аппаратурная методика исследования малой группы в условиях совместной деятельности «АРКА» 136

Ларина Г. Н.
Параметрическая методика свободы группы 158

Гайдар К. М., Пашкова Я. А.
Методический комплекс для диагностики групповой субъектности семьи 177

Нестик Т. А.
Методика «Групповая рефлексивность» 200

Сидоренков А. В.
Групповой профиль – универсал: компьютерная технология комплексного изучения малых групп и неформальных подгрупп 225

Александрова Е. С., Мараруица Л. В., Скрябин М. А., Гуриева С. Д.
Социально-психологические ресурсы развития карьеры сотрудника организации: разработка опросника и оценка его психометрических свойств . . . 248

Смольянов А. В., Кинунен Т. А., Гуриева С. Д.
Апробация и проверка психометрических свойств русской версии «Датского опросника психосоциальной среды» (DPQ) 275

Раздел 3.
Экономическая психология

Дробышева Т. В.
Конструирование опросника «Шкала финансовой тревожности личности» 306

Гагарина М. А., Падун М. А.
Опросник долгового поведения 334

Гагарина М. А.
Опросник мотивов одалживания 367

Дёмин А. Н.
Оценка неопределенности занятости с помощью Индекса прекарности 389

Нестик Т. А., Гагарина М. А.
Русскоязычная версия «Новой шкалы монетарного поведения» А. Фернема, С. Гровера (ШМП) 413

Дробышева Т. В., Тарасов С. В., Ларионов И. В.
Планирование выхода на пенсию в предпенсионном возрасте: первичная адаптация и валидизация опросника «Шкала процесса планирования выхода на пенсию» Дж. Х. Нуна, К. Стивенс и Ф. М. Альпасс. 433

Хащенко В. А., Хащенко Н. Н.
Опросник ценностного материализма: концептуализация и разработка 457

Гагарина М. А., Нестик Т. А., Дробышева Т. В.
Социально-психологические предикторы отношения молодежи к криптовалюте 477

Воробьева А. Е.
Программа исследования психологического отношения к потребительскому экстремизму 502

Воробьева А. Е.
Методика оценки образа труда в рекламе. 514

Раздел 4.
Политическая психология

Гулевич О. А., Гусева В. В.
Методика для измерения процедурной справедливости в политической сфере 532

Гулевич О. А., Гусева В. В.
Русскоязычные опросники для измерения политического доверия и политического цинизма . . . 562

Гулевич О. А., Кривощеков В. С., Гусева В. В.
Русскоязычный опросник для измерения правого авторитаризма: валидность и инвариантность . . . 597

Прусова И. С.
Адаптация шкалы популизма на российской выборке 629

Гусева В. В., Гулевич О. А.
Апробация русскоязычного опросника для измерения отношения к социальным изменениям . . . 652

Раздел 5.
Социальная психология времени

Нестик Т. А., Никишина О. С.
Отношение к пандемии и временная перспектива личности: психометрические характеристики краткой версии Стэнфордского опросника временной перспективы 676

Нестик Т. А.
Социально-психологические предпосылки и типы долгосрочной ориентации: результаты эмпирического исследования 696

Нестик Т. А.
Ориентация на учет будущих последствий: результаты апробации методики CFC-14 на русскоязычной выборке 721

Раздел 6.
Психология нравственности

Кутуков С. А., Воробьева А. Е.
Русскоязычная адаптация методики «Дополненная шкала нравственного лидерства» (ELS-R) Ш. Хан — У. Явед 752

Воробьева А. Е., Котлова У. А.
Программа исследования психологического отношения к разным видам секс-работы 777

Сычев О. А., Нестик Т. А.
Новый опросник моральных оснований: структурная валидность и роль социально-демографических факторов 793

Раздел 7.
Психология досуга и взаимодействия с новыми технологиями

Воробьева А. Е.
Программа социально-психологического исследования детско-родительской досуговой активности в городских условиях на примере торгово-развлекательных центров 838

Воробьева А. Е., Акбарова А. А.
Программа социально-психологического исследования досуговой активности 854

Татарко А. Н., Макласова Е. В., Лепшокова З. Х., Галяпина В. Н., Ефремова М. В., Дубров Д. И., Бульцева М. А., Бушина Е. В., Миронова А. А.
Методика оценки вовлеченности в использование информационно-коммуникационных технологий 876

Раздел 8.
Макросоциальная психология

Дробышева Т. В., Емельянова Т. П.
Методический прием исследования динамики коллективных чувств к значимым социальным объектам 904

Тихомирова С. В.
Методические приемы для изучения коллективных переживаний 919

Нестик Т. А.
Глобальная идентичность личности: определение и подходы к измерению 937

Нестик Т. А.
Жизнеспособность личности в условиях глобальных рисков. 972

Раздел 9.
Анализ больших данных и методы искусственного интеллекта в психологических исследованиях

Латынов В. В.
«Цифровые следы» и прогнозирование психологических характеристик человека 1000

Латынов В. В., Занковский А. Н.
Агент-ориенированное моделирование психологического воздействия 1021

Панфилова А. С.
Диагностика психологических свойств личности посредством анализа видеоинтервью 1045

Vorobieva Anastasia E. — PhD, docent, senior researcher of laboratory of social and economic psychology of the Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences, Moscow.

Akbarova Anastasia A. — graduate student of laboratory of social and economic psychology of the Institute of Psychology of Russian Academy of Sciences, Moscow.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ВОВЛЕЧЕННОСТИ В ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ[56]

А. Н. Татарко, Е. В. Макласова, З. Х. Лепшокова, В. Н. Галяпина, М. В. Ефремова, Д. И. Дубров, М. А. Бульцева, Е. В. Бушина, А. А. Миронова

Цель данной работы состояла в разработке и апробации методики, позволяющей оценить степень вовлеченности в использование индивидом информационно-коммуникационных технологий в различных сферах жизни. В статье описаны этапы создания и валидизации авторской методики. Структура методики верифицировалась на выборке 859 респондентов. Валидность методики оценивалась на выборке, в которую вошел 171 респондент. В статье приводятся результаты эксплораторного факторного анализа, конфирматорного факторного анализа. Хорошие результаты конфирматорного факторного анализа указывают на наличие надежности-согласованности методики. Финальный вариант методики включает 4 шкалы: «Экономические

56 Ранее данная методика была опубликована в следующем источнике: Татарко А. Н., Макласова Е. В., Лепшокова З. Х., Галяпина В. Н., Ефремова М. В., Дубров Д. И., Бульцева М. А., Бушина Е. В., Миронова А. А. Методика оценки вовлеченности в использование информационно-коммуникационных технологий // Социальная психология и общество. 2020. Т. 11. № 1. С. 159–179. doi: 10.17759/sps.2020110110

действия в интернете», «Коммуникация в социальных сетях», «Использование смартфона», «Разнообразие сфер использования ИКТ». Также была проведена оценка эмпирической и внешней валидности данной методики, в результате которой мы получили подтверждение данных видов валидности у разработанной методики. Методика приложена к данной рукописи и может использоваться как в исследовательских, так и в прикладных целях.

Ключевые слова: общение, информационно-коммуникационные технологии, интернет, социальные сети.

Введение

В современном мире каждый человек для того, чтобы успешно отвечать на социально-экономические и образовательные вызовы, должен быть компетентным, в частности в области информационно-коммуникационных технологий (Aesaert et al., 2014; European Commission, 2007). К данного рода компетентности, как правило, относится широкий спектр выполняемых человеком видов деятельности с применением информационно-коммуникационных технологий. Чаще всего этот спектр определяется через следующие понятия: «ИКТ-компетентности» (ICT competences), «ИКТ-навыки» (ICT skills) или «ИКТ-грамотность» (ICT-literacy), которые являются взаимозаменяемыми (Aesaerat, van Braak, 2015; Aesaert et al., 2014; Ma et al. 2011).

Данные термины начали активно использоваться с 1960-х годов и прошли три стадии своего становления (Aesaerat, van Braak, 2015; Aesaert et al., 2014; Martin, 2006). «Специальная стадия» (mastery stage) длилась до середины 1980-х годов и была связана с пониманием компетентностей в области информационно-коммуникационных технологий через призму специального знания, а именно освоения простой информатики и компьютерного программирования. «Прикладная стадия» (application stage) длилась до конца 1990-х годов. На данной стадии фокус внимания сместился со специальных знаний на знания прикладного характера, позволив применять информационно-коммуникационные технологии

в качестве инструмента, пригодного для образования, работы и отдыха. И наконец, с конца 1990-х годов наступила «метастадия» (reflective stage), которая позволила обнаружить недостаточность исключительно технических знаний в области информационно-коммуникативных технологий для адекватного реагирования на вызовы современного общества и подчеркнула важность их дополнения метанавыками (Martin, 2006). Так, компетентность в области информационно-коммуникационных технологий становится одной из восьми наиболее важных компетентностей XXI века и предполагает уверенное и критическое применение данных технологий в следующих сферах жизнедеятельности человека: 1) креативность и инновации; 2) коммуникация и сотрудничество; 3) исследовательская и информационная беглость; 4) критическое мышление, решение проблем и принятие решений; 5) цифровое гражданство; и 6) технологические операции и концепции (Aesaerat, van Braak, 2015; Aesaert et al., 2014; European Commission, 2007; Huang, Liu, 2017), что предполагает со стороны человека в том числе и активную, созидательную позицию.

Современные социальная и физическая среды насыщены цифровыми стимулами, побуждающими человека вовлекаться во взаимодействие с этими средами посредством информационно-коммуникационных технологий. Степень вовлеченности человека в эти среды отражает как его умение обращаться с данного рода технологиями, так и его психологическую действительность, в которой он пребывает и которая опосредована этими технологиями. Так, например, чем большее число сотрудников контактирует друг с другом посредством социальной сети, тем большую организационную и информационную выгоду получает отдельно взятый сотрудник от взаимодействия со своими коллегами и, следовательно, тем выше его социальный онлайн-капитал (Huang, Liu, 2017).

Тем не менее к настоящему моменту не существует психологических методик, которые бы всесторонне оценивали вовлеченность личности в использование информационно-коммуникативных технологий (ИКТ). Такая методика важна не только с прикладной точки зрения, но и с научной,

поскольку позволила бы изучить, как вовлеченность в использование ИКТ в целом и отдельные ее аспекты могут быть связаны с индивидуально-психологическими особенностями людей и влиять на отдельные стороны жизни.

В литературе можно встретить исследования, в которых используются отдельные авторские шкалы и методики, затрагивающие отдельные аспекты использования ИКТ, чаще всего это использование интернета и социальных сетей. В целом социально-психологических исследований по обозначенной выше тематике, в которых используются опросники, довольно мало. Вопрос системного измерения вовлеченности людей в использование информационно-коммуникационных технологий продолжает оставаться открытым.

Одним из примеров исследований, призванных ответить на вопрос об измерении вовлеченности людей в использование информационно-коммуникационных технологий, является исследование А. Саеда и его коллег (Saeed et al., 2016), которое посвящено изучению взаимосвязи мотивов и интенсивности использования социальных сетей с формированием социального капитала у респондентов. Для оценки мотивов использования социальных сетей авторами исследования была разработана методика, позволяющая оценить три мотива. Мотив «общение и обмен информацией» позволяет понять, использует ли респондент социальные сети для общения с родственниками и друзьями, для обмена аудио- и видеоматериалами и для обмена информацией. Мотив «ориентация на внешние связи» позволяет понять, ориентирован ли участник исследования на потребление информации о новинках в сфере моды, на общение с людьми по интересам и на то, чтобы ощущать себя вовлеченным в то, что происходит с другими людьми или миром в целом. Мотив «самоактуализация» связан со способами самовыражения в социальных сетях (Saeed et al., 2016).

Другим примером метода измерения вовлеченности в использование информационно-коммуникационных технологий является исследование, посвященное изучению влияния различных видов использования мобильных средств социального общения на развитие социального капитала у респондентов

и поддержание их психологического благополучия (Chen, Li, 2017). Авторами исследования была разработана методика, позволяющая измерить частоту использования мобильных средств социального общения для осуществления коммуникации между пользователями социальных сетей. Данная методика представлена четырьмя пунктами, ответы на которые варьируются от 1 — «никогда» до 4 — «часто», и позволяет оценить частоту использования мобильных средств социального общения для того, чтобы оставаться на связи с семьей, друзьями, людьми по интересам, с местным сообществом и с людьми, с которыми респондент не пожелал бы встречаться лично (Chen, Li, 2017). Подобная шкала была разработана авторами исследования и для измерения частоты использования мобильных средств социального общения с целью выстраивания и поддержания дружеских отношений в социальных сетях. Данная шкала представлена двумя пунктами, ответы на которые варьируются от 1 — «никогда» до 4 — «часто», и позволяет оценить, насколько часто респондент отправляет запрос на добавление в друзья другим людям и сам принимает их (Chen, Li, 2017). Авторами также была разработана методика для оценки степени открытости респондентов в социальных сетях, транслируемой через используемые мобильные средства социального общения. Данная методика (α = 0,91) представлена шестью пунктами, степень согласия с которыми представлена шкалой от 1 — «совсем не согласен» до 7 — «абсолютно согласен», и оценивает, насколько часто пользователь обновляет данные о себе в социальной сети, делится ли он своими переживаниями с другими пользователями, указывает ли свое географическое местоположение и т.д., степень согласия представлена шкалой от 1 — «совсем не согласен» до 7 — «абсолютно согласен».

Интересным примером является исследование, направленное на изучение полезности социальных сетей в трудовых отношениях (Huang, Liu, 2017). Цель данного исследования заключалась в изучении взаимосвязи между степенью вовлеченности сотрудников компании в использование такой

социальной сети, как Facebook[57], их социальным онлайн-капиталом и результатами на работе (Huang, Liu, 2017).

Исследователями также были адаптированы соответствующие методики измерения социального капитала в интернете (связывающего и соединяющего) (Williams, 2006), удовлетворенности выполняемой работой (Brayfield, Rothe, 1951), производительности труда (William, Anderson, 1991) и полезности Facebook[58] в работе (коммуникационная, информационная и организационная) (Ellison et al., 2011). Также в рамках исследования учитывалось общее число контактов и число коллег среди этих контактов в Facebook[59], на основе чего рассчитывалось процентное соотношение коллег от общего числа контактов в Facebook[60] (Huang, Liu, 2017).

Согласно результатам исследования, чем большее число сотрудников контактирует друг с другом посредством социальной сети, тем с большей вероятностью будут удовлетворены их коммуникационные, информационные и организационные запросы (Huang, Liu, 2017). Более того, большая представленность коллег в социальной сети по сравнению с другими контактами будет повышать извлекаемую сотрудником коммуникационную и организационную полезность сети, а также повышать их связывающий и соединяющий социальный онлайн-капитал (Huang, Liu, 2017). Чем большую организационную и информационную выгоду получает сотрудник от взаимодействия с сотрудниками компании, используя социальную сеть, тем выше его соединяющий социальный капитал, а в случае информационной выгоды еще и его связывающий социальный капитал (Huang, Liu, 2017).

---

57 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

58 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

59 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

60 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

Еще одним примером изучения вовлеченности людей в использование информационно-коммуникационных технологий с использованием авторской методики является исследование, посвященное тому, как пол и возраст респондентов, а также время, потраченное ими на пребывание в социальных сетях, определяют степень доверия, испытываемого пользователями по отношению к платформам социального общения и субъектам, действующим в их пространстве, как к новостному источнику (Warner-Søderholm et al., 2018). Для измерения воспринимаемого доверия в контексте использования средств социального общения для получения новостей авторами исследования была разработана методика. Данная методика содержит пять шкал, каждая из которых представлена пятью утверждениями, ответы на которые варьируются от 1 — «совсем не согласен» до 5 — «абсолютно согласен». Так, шкала «Доброжелательность» призвана оценить, насколько, по мнению респондента, другие пользователи средств социального общения являются заботливыми, вежливыми по отношению к нему и готовыми оказать ему помощь; шкала «Компетентность» — насколько, по мнению респондента, другие пользователи средств социального общения надежны и насколько респондент готов доверять их советам и руководствоваться ими; шкала «Целостность» — насколько, по мнению респондента, другие пользователи средств социального общения склонны сдерживать данные ими обещания и быть честными и правдивыми по отношению к людям в целом и к нему в частности; шкала «Идентификация» — насколько, по мнению респондента, его ценности и ценности других пользователей средств социального общения совпадают; шкала «Заинтересованность» — насколько, по мнению респондента, другие люди как в социальных сетях, так и вне их искренни по отношению к нему и обеспокоены его благополучием и насколько сам респондент искренен и обеспокоен благополучием окружающих его людей как в социальных сетях, так и вне их.

В отечественной социальной психологии также существуют работы, посвященные взаимодействию личности с информационно-коммуникационными технологиями

(Солдатова, Рассказова, 2014; Солдатова и др., 2017; Солдатова, Шляпников, 2015; Солдатова и др., 2013), в рамках которых разрабатывались оригинальные методики. В частности, разработана методика оценки цифровой компетентности родителей и подростков. Тем не менее компетентность в ИКТ и вовлеченность в использование ИКТ — это разные характеристики индивида.

Таким образом, мы видим, что существующие методики сводятся к рассмотрению вовлеченности в использование информационно-коммуникационных технологий как определенной активности людей в социальных сетях, в то время как информационно-коммуникационные технологии уже применяются и в других сферах жизни людей, например, продажа и приобретение товаров, получение образовательных услуг и др., что требует большего внимания со стороны исследователей.

Соответственно, мы поставили перед собой задачу разработать теоретическую структуру концепта «вовлеченность личности в использование информационно-коммуникационных технологий», которая бы охватывала максимально возможное количество сторон данного процесса, а также разработать стандартизированную психологическую методику, позволяющую оценить данный конструкт.

Авторская методика оценки вовлеченности в использование информационно-коммуникационных технологий индивидом. Опираясь на существующие исследования, мы выделили 4 важных параметра, с которыми может быть связано взаимодействие с ИКТ у современного человека:

1. *Разнообразие сфер использования ИКТ* (в работе, учебе, для развлечений). Данный параметр оценивает, насколько постоянно в течение дня индивид взаимодействует с техническими устройствами — компьютером, ноутбуком, планшетом и др. Одни люди взаимодействуют с техническими устройствами только на работе, другие — на работе и дома, третьи постоянно носят с собой ноутбук или планшет. Также цели такого взаимодействия могут быть различными, но в данном случае важно оценить, насколько

само по себе взаимодействие с различными информационными техническими устройствами заполняет жизнь конкретного человека.

2. *Экономические действия в интернете* — покупка, продажа при помощи интернета, оплата штрафов, налогов и т.д. В настоящее время наличные деньги играют все меньшую роль в нашей жизни, а наши экономические действия, которые чрезвычайно важны и являются важной частью нашей жизни, все более уходят в виртуальное пространство. Соответственно, важно оценить, насколько экономические действия того или иного человека ушли в виртуальное пространство. Совершает ли он все покупки за наличные деньги или даже заказ одежды для примерки осуществляет в интернете?
3. *Общение с использованием ИКТ*, прежде всего смартфона. Общение — это одна из основных деятельностей взрослого индивида, и поэтому важно оценивать, насколько оно становится виртуальным у конкретного человека, насколько полно средства ИКТ используются им в данной деятельности. Средства ИКТ все больше замещают общение лицом к лицу. Люди реже встречаются, но чаще связываются посредством интернета. В последнее время люди начинают предпочитать мессенджеры общению по телефону. В то же время использование видеосвязи позволяет чаще видеться родным. То есть общение становится все более виртуальным, но в то же время более полным. Качество и частота коммуникаций меняются благодаря ИКТ.
4. *Коммуникация в социальных сетях*. Социальные сети сами по себе начинают играть в нашей жизни важную роль — в них люди общаются, узнают новости, знакомятся, работают, используют их для отдыха и мн. др. Вышеприведенный обзор показал, что практически все методики оценки вовлеченности в использование ИКТ касаются использования социальных сетей. Поэтому мы отдельно включаем данный индикатор в структуру индекса оценки вовлеченности в использование ИКТ.

Эти теоретически выделенные области легли в основу измеряемых конструктов, или шкал.

Методика

Выборка. Поскольку опрос проводился в два этапа, исследование включало две выборки. В первую, основную выборку вошли 859 респондентов (из них 32% мужчин), средний возраст которых M = 36,1 (σ = 11,5). Около 66% респондентов имели высшее образование, остальные — либо средне-специальное, либо незаконченное высшее (студенты). Также важно отметить, что 77% респондентов работали. Во вторую выборку, с опорой на которую оценивалась внешняя валидность, вошел 171 респондент (из них 35% мужчины), каждый из которых входил в возрастной диапазон от 25 до 44 лет. Около 70% второй выборки имели высшее образование, остальные респонденты — либо средне-специальное, либо незаконченное высшее (студенты).

Процедура. Опираясь на описанное выше теоретическое представление о структуре вовлеченности в использование ИКТ, авторами было разработано избыточное количество утверждений для каждого из четырех вышеуказанных параметров (25 утверждений). Далее, после обсуждения, количество утверждений в опроснике было сокращено до 16. Далее был проведен опрос на выборке, включающей 859 респондентов. С опорой на данную выборку мы верифицировали теоретически предложенную структуру вовлеченности в использование ИКТ, а также оценили надежность-согласованность как всего индекса оценки вовлеченности в использование ИКТ, так и отдельных его компонентов (шкал методики). Затем на выборке, в которую вошел 171 респондент, мы оценили внешнюю валидность методики. При оценке эмпирической валидности оценивалась связь индекса вовлеченности в использование ИКТ с вопросами из Европейского социального исследования (ESS), измеряющими активность использования интернета. Оценка проводилась при помощи регрессионного анализа при контроле социально-демографических переменных.

Инструментарий. Инструментарий первого этапа (оценка внешней структуры и надежности) включал только авторскую

методику оценки вовлеченности в использование ИКТ. Данная методика включала 16 вопросов, направленных на оценку вовлеченности личности в использование ИКТ. Инструментарий второго этапа (оценка эмпирической валидности):

1) Использовалась та же самая авторская методика оценки вовлеченности в использование ИКТ, которая использовалась на первом этапе исследования.
2) Для оценки внешней валидности нами использовались два вопроса из Европейского социального исследования (ESS). Данные вопросы оценивают активность использования интернета. «Как часто вы заходите в интернет — по работе или с личными целями — не важно, с какого устройства — компьютера, планшета, через смартфон или любое другое устройство?» Для ответа респонденту предлагалась пятибалльная шкала (от 1 — «никогда» до 5 — «каждый день»). «В обычный день примерно сколько времени вы проводите в интернете — по работе или с личными целями — не важно, через какое устройство — компьютер, планшет, смартфон или любое другое? Пожалуйста, дайте ответ в часах и минутах». Затем интервьюер записывал количество часов и минут. Далее при вводе данных в компьютер часы переводились в минуты, и для каждого респондента указывалось определенное число минут, которые он ежедневно проводит в интернете в среднем.

На обоих этапах исследования опросник также включал вопросы, направленные на оценку социально-демографических характеристик респондентов: пол, возраст, уровень религиозности и уровень дохода респондентов.

Обработка данных. При обработке данных на первом этапе анализа мы использовали эксплораторный факторный анализ (метод выделения факторов: анализ методом главных компонент; метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера), конфирматорный факторный анализ для оценки структуры разрабатываемого нами индекса вовлеченности в использование ИКТ, а также коэффициент альфа Кронбаха для оценки надежности-согласованности шкал.

На втором этапе анализа оценивалась внешняя валидность разрабатываемого нами индекса. Для этого был проведен регрессионный анализ связи индекса вовлеченности в использование ИКТ с показателями активности использования интернета (на основе вопросов из ESS) при контроле социально-демографических характеристик респондентов. Предполагалось, что разрабатываемый авторами индекс вовлеченности в использование ИКТ должен быть позитивно связан с фактической активностью использования индивидом интернета. Для обработки данных использовались программы SPSS 19.0 и AMOS 20.

Результаты и их обсуждение

1. *Результаты эксплораторного факторного анализа*. Цель данного этапа анализа состояла в определении числа факторов, на которые раскладываются вопросы разработанной нами методики, и того, насколько предложенная нами теоретическая и заложенная в методику структура вовлеченности в использование ИКТ подтверждается результатами эксплораторного факторного анализа.

Рис. 1. График критерия отсеивания факторов

Для определения оптимального числа факторов был построен график нормализованного простого стресса (рис. 1). Как видно на графике, четырехфакторная структура соответствует нашим данным.

Далее был проведен эксплораторный факторный анализ. Четырехфакторная структура показала приемлемые показатели пригодности: KMO = 0,788; тест сферичности Бартлетта составил 2620,1, p < 0,001. Четырехфакторная структура объясняет 50,5% дисперсии данных (табл. 1).

Таблица 1

Результаты эксплораторного факторного анализа методики оценки вовлеченности в использование информационно-коммуникационных технологий

№		Факторы			
		F1	F2	F3	F4
14	Как часто вы совершаете коммунальные и иные платежи через интернет (оплата квитанций, интернета, телефона и др.)?	**0,733**	−0,031	0,077	0,077
13	Как часто вы пользуетесь электронными порталами для получения государственных услуг (медицина, образование, штрафы, налоги, документы и др.)?	**0,723**	0,072	−0,012	0,072
12	Пользуетесь ли вы интернетом для совершения продаж чего-либо, например, через сайты Юла, Авито и др. или каким-либо другим способом?	**0,683**	0,183	−0,037	−0,038
11	Насколько часто вы оплачиваете услуги и (или) покупки в интернет-магазинах, на интернет-сервисах и (или) интернет-платформах, используя пластиковую карту?	**0,550**	0,034	0,196	0,247
15	Как часто вы пользуетесь онлайн-приложениями для получения разных видов услуг (такси, онлайн бронирования, заказ еды, запись в салон и др.)?	**0,444**	0,083	0,352	0,283
10	Насколько часто вы оплачиваете услуги и (или) покупки в интернет-магазинах, на интернет-сервисах или интернет-платформах, используя электронные денежные системы (Веб-Мани, Яндекс Деньги, КиВи кошелек и др.)?	**0,420**	0,258	−0,262	0,259
8	Насколько часто вы используете социальные сети (Фейсбук[61], Инстаграм[62], ВКонтакте, Одноклассники) для общения с друзьями?	0,005	**0,820**	0,284	−0,053

61 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

62 Instagram принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

№		Факторы			
		F1	F2	F3	F4
7	Насколько часто вы используете социальные сети (Фейсбук[63], Инстаграм[64], ВКонтакте, Одноклассники) для просмотра новостей или отдыха (прослушивания музыки)?	−0,006	**0,721**	0,420	−0,049
9	Насколько часто вы используете социальные сети (Фейсбук[65], Инстаграм[66], ВКонтакте, Одноклассники) для работы?	0,147	**0,692**	−0,086	0,241
5	Ведете ли вы свой блог (дневник) в интернете?	0,195	**0,511**	−0,154	0,231
4	Насколько часто вы используете смартфон (сенсорный телефон) для выхода в интернет?	−0,007	0,076	**0,774**	0,091
6	Насколько часто вы пользуетесь для общения или работы специальными мессенджерами (Вайбер, Ватсап, Телеграм, Фейсбук[67] Мессенджер и др.), которые есть на смартфонах или планшетных компьютерах?	0,158	0,083	**0,770**	0,122
3	Насколько часто вы берете с собой ноутбук или планшетный компьютер для работы или развлечений?	0,065	0,159	0,026	**0,748**
1	Насколько часто вы пользуетесь компьютером, планшетным компьютером или ноутбуком в повседневной жизни?	0,050	−0,073	0,172	**0,656**
16	Используете ли вы какие-либо обучающие онлайн ресурсы интернета (например, видеокурсы, образовательные онлайн-платформы и т.п.)?	0,198	0,337	−0,027	**0,539**
2	Используете ли вы smart-часы или фитнес-браслет?	0,249	0,049	0,103	**0,277**

Примечание: полужирным выделены нагрузки по утверждениям, которые были включены в соответствующие факторы.

Таким образом, теоретическая четырехфакторная структура является вполне подходящей к полученным данным. Если посмотреть на содержание четырех выделенных факторов, то их можно интерпретировать следующим образом. Первый фактор (F1) представлен шестью утверждениями опросника и может быть интерпретирован как «Экономические действия в интернете». На долю данного фактора приходится 14,97% объясненной

63 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

64 Instagram принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

65 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

66 Instagram принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

67 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

дисперсии. Второй фактор (F2) представлен четырьмя утверждениями опросника и может быть интерпретирован как «Коммуникация в социальных сетях». На долю данного фактора приходится 13,78% объясненной дисперсии. Третий фактор (F3) представлен двумя утверждениями опросника и может быть интерпретирован как «Использование смартфона». На долю данного фактора пришлось 11,0% объясненной дисперсии. Четвертый фактор (F4) представлен четырьмя утверждениями опросника и может быть интерпретирован как «Разнообразие сфер использования ИКТ». На долю данного фактора пришлось 10,7% объясненной дисперсии. Примечательно, что, несмотря на различное количество вопросов в каждом факторе, процент объясненной ими дисперсии не различается существенно.

2. *Результаты конфирматорного факторного анализа*. Цель второго этапа исследования состояла в том, чтобы при помощи конфирматорного факторного анализа уточнить содержание шкал. Для достижения данной цели при помощи конфирматорного факторного анализа мы протестировали модель, полученную на первом этапе при помощи эксплораторного факторного анализа. Первоначально статистические характеристики данной модели были ниже приемлемых значений, и мы, опираясь на индексы модификации, внесли изменения в содержание факторов.

На рис. 2 представлен окончательный вариант модели, иллюстрирующей содержание шкал.

Модель, представленная на рис. 2, имеет хорошие показатели пригодности: $\chi^2/df = 2,9$; CFI = 0,93; RMSEA = 0,047; PCLOSE = 0,722. Как следует из модели, первый фактор («Экономические действия в интернете») полностью воспроизвелся так же и при конфирматорном факторном анализе. Один из вопросов («Ведете ли вы свой блог (дневник) в интернете?») из второго фактора («Коммуникация в социальных сетях») перешел в четвертый фактор («Разнообразие сфер использования ИКТ»). По всей видимости, ведение дневника в интернете говорит о частоте и постоянстве использования ИКТ, поэтому в CFA этот вопрос оказался наиболее тесно связанным именно с четвертым

фактором. Третий фактор («Использование смартфона») остался неизменным.

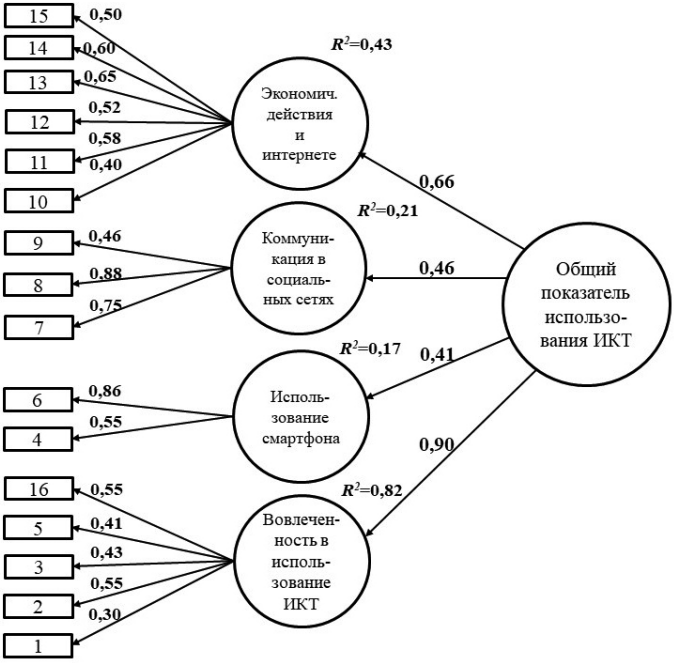


Рис. 2. Результаты CFA методики оценки вовлеченности в использование информационно-коммуникационных технологий

3. *Результаты оценки валидности*. При оценке эмпирической валидности мы анализировали взаимосвязь результатов, полученных по четырем шкалам разработанной нами методики, с результатами, полученными при помощи близких и широко используемых шкал (шкалы из ESS для оценки частоты использования интернета и ежедневной продолжительности использования интернета). Предполагалось, что результаты, полученные с помощью авторской методики, будут положительно коррелировать с результатами, полученными при помощи двух вышеуказанных шкал.

Также мы оценили внешнюю валидность путем анализа связи всего показателя вовлеченности в использование ИКТ с социально-демографическими характеристиками респондентов: возраст, доход, уровень образования, уровень религиозности. Предполагалось, что показатель продемонстрирует отрицательную связь с возрастом, поскольку молодежь больше вовлечена в использование ИКТ. Также мы ожидали положительную связь с доходом, поскольку покупка и активное использование технических устройств требует денег, и скорее всего люди с более высоким доходом будут активнее их использовать. Также мы ожидали отсутствие связи с религиозностью и скорее положительную связь с образованием.

Таблица 2

Взаимосвязь шкал авторской методики со шкалами из ESS по оценке частоты использования и ежедневной продолжительности использования интернета

	1	2	3	4	5
1. Частота использования интернета	–				
2. Продолжительность использования интернета, в минутах	0,19*	–			
3. Экономические действия в интернете	0,13	0,17*	–		
4. Коммуникация в социальных сетях	0,18*	0,15	0,24**	–	
5. Использование смартфона	0,14	0,02	0,11	−0,06	–
6. Разнообразие сфер использования ИКТ	0,13	0,16*	0,34***	0,29***	0,09

Примечание: * $p < 0{,}05$; ** $p < 0{,}01$; *** $p < 0{,}001$.

Из табл. 2 видно, что шкала «Экономические действия в интернете» позитивно коррелирует с ежедневной продолжительностью использования интернета (в минутах). Шкала «Коммуникация в социальных сетях» позитивно связана с частотой использования интернета. Шкала «Использование смартфона» статистически значимо не связана ни с одной из шкал опросника из ESS, что вполне ожидаемо, поскольку в вопросах методики из ESS нет акцента на использование смартфона.

Шкала «Разнообразие сфер использования ИКТ» позитивно связана с ежедневной продолжительностью использования интернета (в минутах). Таким образом, шкалы авторского опросника оценки вовлеченности в использование ИКТ вполне ожидаемо и логично позитивно коррелируют с вопросами оценки использования интернета. Таким образом, мы получаем подтверждение эмпирической валидности нашего опросника.

Таблица 3

Взаимосвязь общего показателя вовлеченности в использование ИКТ с социально-демографическими характеристиками респондентов

	1	2	3	4
1. Общий показатель вовлеченности в использование ИКТ	–			
2. Возраст	−0,30***	–		
3. Религиозность	0,05	−0,07	–	
4. Уровень образования	−0,01	−0,02	−0,06	–
5. Уровень дохода	0,17*	−0,01	−0,22**	0,21**

Примечание: * $p < 0{,}05$; ** $p < 0{,}01$; *** $p < 0{,}001$.

При оценке внешней валидности в целом результаты подтвердили изначальные предположения. Данные, полученные при помощи авторской методики, были отрицательно связаны с возрастом респондентов, положительно — с уровнем дохода, а также не связаны с уровнем религиозности. Мы также ожидали получить позитивную связь с уровнем образования, однако статистически значимой связи выявлено не было. Видимо, ИКТ настолько широко распространены, что вовлеченность в их использование растет независимо от уровня образования людей. В целом мы можем сказать, что внешняя валидность нашей методики также подтверждается (табл. 3).

Заключение

В данной статье представлена авторская методика оценки вовлеченности в использование информационно-коммуникационных

технологий. Данная методика включает в себя четыре фактора. Первый фактор — «Экономические действия в интернете», позволяет оценить использование ИКТ для покупок, продаж, разных услуг, например — гос. услуг и пр. Второй фактор — «Коммуникация в социальных сетях», предполагает оценку использования социальных сетей для работы, общения с друзьями, просмотра новостей и пр. Третий фактор — «Использование смартфона», связан с активностью использования смартфона и его приложений. Четвертый фактор — «Разнообразие сфер использования ИКТ», оценивает широту сфер, в которых индивид использует информационно-коммуникационные технологии, например, для работы, отдыха, здоровья, образования и др. Окончательный вариант методики вместе с ключами представлен в Приложении.

Использование подобной методики открывает широкие возможности для ее применения в исследовательских целях — для изучения связи вовлеченности в использование ИКТ с особенностями личности, личностными расстройствами, ценностями, какими-либо навыками и т.д. Например, с помощью данной методики можно протестировать так называемую «гипотезу позитивной ассоциации», которая предполагает наличие позитивной связи между поведением в интернете и повседневным социальным поведением (Ma et al., 2011). Одним из таких примеров социального поведения можно рассматривать просоциальное поведение.

Также возможно использование данной методики в практических, диагностических целях. Например, можно оценить уровень общей вовлеченности индивида в использование ИКТ или оценить, в какой из сфер он преимущественно использует ИКТ. Результаты, полученные с помощью данной методики, могут косвенно указывать на уровень цифровой компетентности личности. Однако исследование того, как шкалы авторской методики связаны с цифровой компетентностью личности (Солдатова и др., 2013), еще предстоит провести.

Стоит заметить, что разработанная методика оценивает общий уровень коммуникации в социальных сетях без оценки такого вида активности, как участие в тематических онлайн

группах (группы взаимопомощи, дискуссионные площадки, локальные городские интернет-сообщества и т.п.), поскольку членство в данных группах может уже потенциально быть связано с зависимыми переменными (например, идентичностью, социальным капиталом и т.д.). Данный вид активности в социальных сетях важен, и возможно, внесение его в методику наряду с другими видами активности в интернете может быть направлением совершенствования данного инструментария в будущем.

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (проект № 19–18–00169 «Влияние цифровизации на социальный капитал и ценности российского общества»).

Литература

Солдатова Г. У., Рассказова Е. И. Психологические модели цифровой компетентности российских подростков и родителей // Национальный психологический журнал. 2014. № . 2(14). С. 27–35. doi: 10.11621/npj.2014.0204

Солдатова Г. У., Рассказова Е. И., Нестик Т. А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. М.: Смысл, 2017.

Солдатова Г. У., Шляпников В. Н. Цифровая компетентность российских педагогов // Психологическая наука и образование. 2015. Т. 20. № 4. С. 5–18. doi: 10.17759/pse.2015200401

Солдатова Г. У., Нестик Т. А., Рассказова Е. И., Зотова Е. Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования. М.: Фонд Развития Интернет, 2013.

Aesaerat K., van Braak J. Gender and socioeconomic related differences in performance based ICT competences // Computers and Education. 2015. No. 84. P. 8–25. doi: 10.1016/j.compedu.2014.12.017

Aesaert K., van Nijlen D., Vanderlinde R., van Braak J. Direct measures of digital information processing and communication skills in primary education: Using item response theory for the de-

velopment and validation of an ICT competence scale // Computers and Education. 2014. No. 76. P. 168–181. doi: 10.1016/j.compedu.2014.03.013

Brayfield A. H., Rothe H. F. An index of job satisfaction // Journal of Applied Psychology. 1951. No. 35(5). P. 307–311. doi: 10.1037/h0055617

Chen H.-T., Li X. The contribution of mobile social media to social capital and psychological well-being: Examining the role of communicative use, friending and self-disclosure // Computers in Human Behavior. 2017. No. 75. P. 958–965. doi: 10.1016/j.chb.2017.06.011

Ellison N. B., Steinfield C., Lampe C. Connection strategies: Social capital implications of Facebook[68]-enabled communication practices // New Media and Society. 2011. No. 13(6). P. 873–892. doi: 10.1177/1461444810385389

European Commission. Key competences for lifelong learning. European reference framework. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007.

Huang L. V., Liu P. L. Ties that work: Investigating the relationships among coworker connections, work-related Facebook[69] utility, online social capital, and employee outcomes // Computers in Human Behavior. 2017. No. 72. P. 512–524. doi: 10.1016/j.chb.2017.02.054

Ma H. K., Li S. C., Pow J. W. The relation of Internet use to prosocial and antisocial behavior in Chineese adolescents // Cyberpsychology, behavior and social networking. 2011. No. 14(3). P. 123–130. doi: 10.1089/cyber.2009.0347

Martin A. Literacies for the digital age: preview of part 1 // Digital literacies for learning / Ed. by A. Martin, D. Madigan. London: Facet Publishing, 2006. P. 3–25. https://doi.org/10.29085/9781856049870.003

Saeed A., Mudasir M., Ahsan U. Association of demographics, mo-

68 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

69 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

tives and intensity of using Social Networking Sites with the formation of bonding and bridging social capital in Pakistan // Computers in Human Behavior. 2016. No. 57. P. 107–114. doi: 10.1016/j.chb.2015.12.027

Warner-Søderholm G., Bertsch A., Sawe E., Lee D., Wolfe T., Meyer J., Engel J., Fatilua U. N. Who trusts social media? // Computers in Human Behavior. 2018. No. 81. P. 303–315. doi: 10.1016/j.chb.2017.12.026

Williams D. On and off the 'net: scales for social capital in an online era // Journal of Computer-Mediated Communication. 2006. No. 11. P. 593–628. doi: 10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x

Williams L. J., Anderson S. E. Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and in-role behaviors // Journal of Management. 1991. No. 17(3). P. 601–617. doi: 10.1177/014920639101700305

Приложение

Методика оценки вовлеченности в использование информационно-коммуникационных технологий

1. Сейчас вам будет задано несколько вопросов, касающихся использования компьютера и интернета. Пожалуйста, внимательно прочитайте вопросы. Для каждого вопроса выберите только один вариант ответа.

		Никогда	Реже 1 раза в месяц	1 раз в месяц	Несколько раз в неделю	Ежедневно
1	Насколько часто вы пользуетесь компьютером, планшетным компьютером или ноутбуком в повседневной жизни?					
2	Используете ли вы смарт-часы или фитнес-браслет?					
3	Насколько часто вы берете с собой ноутбук или планшетный компьютер для работы или развлечений?					
4	Насколько часто вы используете смартфон (сенсорный телефон) для выхода в интернет?					
5	Ведете ли вы свой блог (дневник) в интернете?					

		Никогда	Реже 1 раза в месяц	1 раз в месяц	Несколько раз в неделю	Ежедневно
6	Насколько часто вы пользуетесь для общения или работы специальными мессенджерами (Вайбер, Ватсап, Телеграм, Фейсбук[70] Мессенджер и др.), которые есть на смартфонах или планшетных компьютерах?					
7	Насколько часто вы используете социальные сети (Фейсбук[71], Инстаграм[72], ВКонтакте, Одноклассники) для просмотра новостей или отдыха (прослушивания музыки)?					
8	Насколько часто вы используете социальные сети (Фейсбук[73], Инстаграм[74], ВКонтакте, Одноклассники) для общения с друзьями?					
9	Насколько часто вы используете социальные сети (Фейсбук[75], Инстаграм[76], ВКонтакте, Одноклассники) для работы?					
10	Насколько часто вы оплачиваете услуги и (или) покупки в интернет магазинах, на интернет-сервисах или интернет-платформах, используя электронные денежные системы (Веб-Мани, Яндекс Деньги, КиВи кошелек и др.)?					
11	Насколько часто вы оплачиваете услуги и (или) покупки в интернет магазинах, на интернет-сервисах и (или) интернет-платформах, используя пластиковую карту?					
12	Пользуетесь ли вы интернетом для совершения продаж чего-либо, например, через сайты Юла, Авито и др. или каким-либо другим способом?					

70 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

71 Instagram принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

72 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

73 Instagram принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

74 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

75 Instagram принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

76 Facebook принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской организацией.

		Никогда	Реже 1 раза в месяц	1 раз в месяц	Несколько раз в неделю	Ежедневно
13	Как часто вы пользуетесь электронными порталами для получения государственных услуг (медицина, образование, штрафы, налоги, документы и др.)?					
14	Как часто вы совершаете коммунальные и иные платежи через интернет (оплата квитанций, интернета, телефон и др.)?					
15	Как часто вы пользуетесь онлайн приложениями для получения разных видов услуг (такси, онлайн-бронирования, заказ еды, запись в салон и др.)?					
16	Используете ли вы какие-либо обучающие онлайн-ресурсы интернета (например, видеокурсы, образовательные онлайн платформы и т.п.)?					

Ключи:

«Разнообразие сфер использования ИКТ» — 1, 2, 3, 5, 16;

«Использование смартфона» — 4, 6;

«Коммуникация в социальных сетях» — 7, 8, 9;

«Экономические действия в интернете» — 10, 11, 12, 13, 14, 15.

По каждой шкале подсчитывается среднее значение. Общий показатель вовлеченности в использование индивидом ИКТ рассчитывается как среднее значение всех вопросов методики.

Сведения об авторах

Татарко Александр Николаевич, доктор психологических наук, главный научный сотрудник, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия, atatarko@hse.ru

Макласова Екатерина Владимировна, аспирант, стажер-исследователь, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия, emaklasova@hse.ru

Лепшокова Зарина Хизировна, кандидат психологических наук, ведущий научный сотрудник, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия zlepshokova@hse.ru

Галяпина Виктория Николаевна, кандидат психологических наук, ведущий научный сотрудник, Центр социокультурных

исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия, vgalyapina@hse.ru

Ефремова Мария Викторовна, кандидат психологических наук, ведущий научный сотрудник, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия, mefremova@hse.ru

Дубров Дмитрий Игоревич, кандидат психологических наук, младший научный сотрудник, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия, ddubrov@hse.ru

Бульцева Мария Александровна, младший научный сотрудник, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия, mbultseva@hse.ru

Бушина Екатерина Валерьевна, кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, Центр социокультурных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», НИУ ВШЭ, Москва, Россия, evbushina@hse.ru

Миронова Анна Алексеевна, кандидат социологических наук, научный сотрудник, Институт социальной политики, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия, amironova@hse.ru

ASSESSMENT METHODOLOGY OF INVOLVEMENT IN INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY USING

A. N. Tatarko, E. V. Maklasova, Z. K. Lepshokova, V. N. Galyapina, M. V. Efremova, D. I. Dubrov, M. A. Bultseva, E. V. Bushina, A. A. Mironova

The aim of this work is to develop and test a methodology that allows us to assess the stage of involvement in information and communication technology using in different spheres of people

life. The article describes the stages of creating and validating the author's methodology. Methodology structure was verified based on the sample of 859 respondents. Methodology validity was evaluated based on the sample of 171 respondents. The article presents the results of exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis. Good results of confirmatory factor analysis indicate reliability-consistency of methodology. The final version of methodology includes 4 scales: "Economic actions on the Internet", "Communication in social networks", " Using smartphone", "Variety of ICT using areas". We also evaluated the empirical and external validity of this methodology, and these types of validity of the developed method were confirmed. The developed methodology is attached to this manuscript and can be used both for research and applied aims.

Keywords: communication, information and communication technologies, Internet, social networks.

Alexander N. Tatarko — Doctor of Psychology, Chief Research Fellow, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Ekaterina V. Maklasova — Postgraduate Student, Research Intern, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Zarina K. Lepshokova — PhD in Psychology, Leading Research Fellow, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Victoria N. Galyapina — PhD in Psychology, Leading Research Fellow, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Mariya V. Efremova — PhD in Psychology, Leading Research Fellow, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Dmitrii I. Dubrov — PhD in Psychology, Junior research fellow, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Maria A. Bultseva — Junior research fellow, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Ekaterina V. Bushina — PhD in Psychology, Senior research fellow, Center for Socio-Cultural Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Anna A. Mironova — PhD in Sociology, Research Fellow, Institute for Social Policy, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia.