

**Влияние ситуации конкуренции на снижающее достоверность поведение респондентов**

**Научный руководитель – Зиберова Анастасия Владимировна**

*Афанасьев Е.В.<sup>1</sup>, Соковых А.Д.<sup>2</sup>, Макулов Т.А.<sup>3</sup>, Филлина К.О.<sup>4</sup>, Вашуркина С.А.<sup>5</sup>*  
1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра общей психологии, Москва, Россия, *E-mail: afanasiev.evg.vl@yandex.ru*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия, *E-mail: sokovyharina@yandex.ru*; 3 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра психологии личности, Москва, Россия, *E-mail: tim.makulov@gmail.com*; 4 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия, *E-mail: fffkooo@mail.ru*; 5 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия, *E-mail: sofya.vashurkina@gmail.com*

Современные исследования, посвящённые контролю когнитивного аутсорса как склонности респондентов делегировать заполнение опросов генеративным моделям (Tao W., Zhang M., Liu Y., 2024) идут, с одной стороны, по пути калибровки содержания вопросов, например, через апеллирование к личному опыту (Elhai J. D., Yang H., Montag C. 2020), а с другой – через модерирование контекста анкетирования. Пример последней стратегии мы можем найти в педагогике, где для снижения частоты когнитивного аутсорса предлагается понижать уровень конкурентности в ситуации тестирования учащихся (Hodges, C. B., & Kirschner, P. A., 2024). Данная работа стремится оценить переносимость этого эффекта на ситуацию анкетирования. Цель данного исследования – изучить влияние ситуации конкуренции на снижающее достоверность поведение респондентов (не-ответы и использование ИИ) при заполнении анкет с открытыми вопросами. Были выдвинуты следующие гипотезы:

1. Представители «конкурентной» группы более склонны прибегать к делегированию ответов генеративным моделям, стремясь повысить качество своих заявок.

2. Частота не-ответов зависит от формата участия: представители «неконкурентной» группы, не ощущая давления конкуренции, более склонны демонстрировать не-ответы вместо генерации ответов с помощью ИИ.

Выборку составили 944 участника Международных школ СНО в 2024 и 2025 годах. Из них 285 мужчины и 659 женщины. Средний возраст равен 24,54, стандартное отклонение – 8,19 медиана – 21. Выборка была разделена на две группы по формату участия респондентов в школе:

1. Конкурентная группа – очный формат (допускались к участию в школе на основе конкурсного отбора), 436 человек. Из них 142 мужчины и 294 женщины. Средний возраст – 23,64, стандартное отклонение – 7,13.

2. Неконкурентная группа – онлайн формат (допускались к дистанционному участию без отбора), 508 человек. Из них 143 мужчины и 365 женщины. Средний возраст – 25,32, стандартное отклонение – 8,93.

Были проанализированы ответы на вопросы анкеты: «Какой вклад, по Вашему мнению, вносит Ваше СНО в решение задач Стратегии НТР? Какой вклад может внести, что для этого необходимо?», «Если у Вас есть конкретное предложение или тема для обсуждения на Школе, напишите об этом подробнее», «Хотели бы Вы представить проект/идею проекта? Опишите». Причина выбора именно этих вопросов – их тип: открытые, необязательные. Были подсчитаны длина ответов, число пропусков и случаев использования

ИИ в ответе для каждого вопроса. В качестве средства обнаружения сгенерированного ИИ контента использовалось программное обеспечение <http://aidetectorwriter.com/>.

Критерий Стьюдента для независимых выборок показал статистически значимое увеличение количества неответов ( $t(942) = -10,703$ ;  $p < 0,001$ ;  $d = -0,699$ ) и длины ответов ( $t(942) = 10,179$ ;  $p < 0,001$ ;  $d = 0,665$ ) в дистанционных группах по сравнению с очными, частоты когнитивного аутсорса в очных группах по сравнению с дистанционными ( $t(942) = 10,442$ ;  $p < 0,001$ ;  $d = 0,682$ ). При этом в мужской выборке была значимо выше частота когнитивного аутсорса ( $t(942) = -2,013$ ;  $p = 0,044$ ;  $d = -0,143$ ), а в женской – не-ответов ( $t(942) = 2,192$ ;  $p = 0,029$ ;  $d = 0,155$ ). Однако длина ответов была примерно одинаковой у мужчин и женщин ( $t(942) = -1,328$ ;  $p = 0,185$ ;  $d = -0,094$ ). Критерий Пирсона показал слабую отрицательную связь между возрастом и длиной ответов ( $r(942) = -0,086$ ;  $p = 0,008$ ), между когнитивным аутсорсом и возрастом ( $r(942) = -0,086$ ;  $p = 0,008$ ). Связь между не-ответами и возрастом не была обнаружена ( $r(942) = 0,049$ ;  $p = 0,136$ ).

Результаты подтверждают основную логику исследования: формат участия связан с качеством и способом формирования ответов на открытые необязательные вопросы. В дистанционном формате выше частота не-ответов, тогда как в очном – больше длина ответов и выше показатель когнитивного аутсорса. При этом размеры эффектов по всем трем показателям находятся на уровне, близком к среднему, что указывает на практическую значимость различий. Такой паттерн можно интерпретировать как двойственный эффект более конкурентного контекста: он снижает пассивное уклонение от ответа, но одновременно может усиливать когнитивный аутсорс.

Половые различия статистически значимы только для не-ответов и показателя ИИ, но их эффекты малы, а по длине ответа различий нет. Это позволяет считать пол вторичным фактором по сравнению с форматом участия. Возраст связан с показателями слабо (небольшие отрицательные связи с длиной ответа и когнитивным аутсорсом), поэтому вряд ли объясняет основные межгрупповые различия. Дополнительно важно учитывать методические ограничения: умеренную точность детектора ИИ.

Таким образом, уровень конкурентности контекста анкетирования выступает значимым фактором, влияющим на особенности снижающего достоверность поведения респондентов в открытых необязательных вопросах, уменьшающим частоту не-ответов, увеличивающим их длину и вероятность когнитивного аутсорса. При этом половые различия по изучаемым показателям выражены слабо, а возраст демонстрирует лишь незначительные связи с длиной ответов и показателем ИИ, что не позволяет рассматривать их как основные источники межгрупповых различий.

### Источники и литература

- 1) Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C. (2020). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Brazilian Journal of Psychiatry*, 43(2), 203-209.
- 2) Hodges, C. B., & Kirschner, P. A. (2024). Innovation of instructional design and assessment in the age of generative artificial intelligence. *TechTrends*, 68(1), 195-199.
- 3) Tao, W., Zhang, M., & Liu, Y. (2024). Mastering delegation to artificial intelligence creative tools: The concept, dimensions, and development of a scale to measure cognitive outsourcing. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 52(12), 1-15.
- 4) Weber-Wulff, D., Anohina-Naumeca, A., Bjelobaba, S., Foltýnek, T., Guerrero-Dib, J., Popoola, O., ... & Waddington, L. (2023). Testing of detection tools for AI-generated text. *International Journal for Educational Integrity*, 19(1), 1-39.