

Личность в информационной среде: осознаваемые архетипы



Кротова Инна Владимировна

Кандидат психологических наук, доцент кафедры клинической психологии и психологии личности Института психологии и образования Казанского (Приволжского) федерального университета, Казань, Российская Федерация
e-mail: inna.balymova@kpfu.ru

Аннотация

В статье рассматриваются особенности взаимодействия человека с информационной средой. Предложена и апробирована новая теоретическая модель личностных ресурсов, обеспечивающих творческое взаимодействие со знаковой реальностью и самодетерминацию поведения в условиях информационной нагрузки. Представлены теоретико-методологическое обоснование выделения осознаваемых архетипов взаимодействия с информационной средой. На основе анализа эмпирического исследования выделены 12 архетипов: «реципиент», «наблюдатель», «активист», «аналитик», «манипулятор», «теоретик», «знаток», «уверенный пользователь», «организатор», «планировщик», «автор», «новатор». Показано, что эти архетипы различаются по степени вовлеченности, устойчивости и осознанности личности. Выделены психологические показатели устойчивости личности и ее готовности к освоению и преобразованию получаемой информации. Сформулированы предложения по использованию результатов исследования для разработки инструментов оценки возможностей личностного роста в условиях информационной нагрузки, программ психологического сопровождения информационно-цифровой социализации и развития способности к «диалогу с информационной средой» (информационно-психологической компетентности), в том числе, в ситуациях противодействия деструктивным информационным потокам.

Ключевые слова

• информационная среда • осознаваемые архетипы • личностные ресурсы • информационно-психологическая компетентность •

Благодарности

Работа выполнена за счет средств Программы стратегического академического лидерства Казанского (Приволжского) федерального университета (ПРИОРИТЕТ-2030).

Введение

Технологический прогресс изменил почти каждый аспект современной жизни, создал новые условия развития личности [14; 15], и в настоящее время информационная нагрузка, как один из основных факторов современной социальной реальности, становится предметом беспокойства. Данное пространство обладает всеми характеристиками повсеместности, когда модели социального познания, социального взаимодействия и коммуникации между людьми отражены в различных областях медиатизации общества и структурированы посредством интерпретации [8; 9; 17; 19; 20]. Такая среда влияет на индивидуальные и общественные преобразования, и накладывает большую нагрузку на пользователя в его формировании восприятия реальности, которое влияет на его поведение, вызывает эмоциональные реакции и направляют действие [21; 22; 25; 26; 27; 29; 30]. Что делает более точным понимание собственных реакций и поведения в информационной среде и управление ими? Какие психологические характеристики личности обеспечивают более простую и эффективную обработку информации? Возможно ли формирование информационно-психологической устойчивости как личностной характеристики человеческого потенциала?

Задать направление исследования, направленного на решение поставленных проблемных вопросов, на наш взгляд, позволяет использование понятия «архетип».

Понятие «архетип» с первого момента использования отражало представление о наличии у человека неосознаваемых алгоритмов «выживания», приспособления к изменяющейся социальной среде и одновременно – о сложности в адаптации личности к условиям с непредсказуемыми последствиями [3; 5; 16; 18].

Поддерживая разработанные в рамках социального психоанализа концепции о бессознательном характере поведения человека в социальных общностях, которые позволяют рассматривать человека в контексте социальных раздражителей и выявлять механизмы «глубинной» мотивации поведения [11], в рамках нашего исследования мы вводим понятие «осознаваемые архетипы», использование которого позволяет нам выявить особенности активности в информационной среде личности с теми или иными выраженными психологическими характеристиками и определить потенциал развития этих характеристик как инструментов управления поведением в условиях информационной нагрузки.

Следует отметить, что большинство проведенных исследований сосредоточено на проблемах влияния психологических характеристик личности на формирование различных видов информационной зависимости [19; 23; 24; 28]. В то же время публикаций, в которых рассматриваются те или иные аспекты взаимосвязи между повседневной информационно-цифровой практикой и возможностями контроля и управления своим поведением очень мало. Недостаточно исследований о способности наблюдать за своим поведением, мотивацией и результатами использования информации в понимании общих критериев взаимосвязи личного и эмоционального резонанса, когда личность должна выступать и как объект средового воздействия, с одной стороны, и как активный субъект преобразования этой среды [4; 6; 7; 13].

Чтобы заполнить данный пробел, мы предлагаем новую теоретическую структуру, методологической основой для которой выступают:

- представления интеракционистов о взаимодействии в структуре личности импульсивного Я, рефлексивного Я и личностного Я как форм социальной адаптации человека;
- разработанная нами модель личностных ресурсов человека, обеспечивающих его взаимодействие с информационной средой, как решение творческой задачи в знаковой реальности, в которой необходимо преобразо-

вать неосознаваемый побочный продукт в прямой, осознаваемый [4; 6; 10].

- модель субъективных условий развития и саморазвития личности в информационной среде, в соответствии с которой общение выступает как высшая форма психической активности, где самодетерминация позволяет реализовать эту активность, благодаря внутренним, а не внешним целям личности, в различных уровнях осознанности/спонтанности поведения, как показателей степени устойчивости в информационной среде – «принятие информации», «использование информации», «преобразование информации» [1; 2; 6; 12].

Цель нашего исследования – выявить особенности взаимодействия человека с информационной средой с точки зрения его способности к обработке информации как решению творческой задачи и описать типы этого взаимодействия (осознаваемые архетипы).

Мы исходим из предположения, что осознаваемые архетипы как наборы определенных психологических переменных формируются в процессе взаимодействия человека с информационной средой и различаются: а) степенью вовлеченности в информационное воздействие в зависимости от выраженности Я социального и Я личностного, б) степенью устойчивости (неспонтанности) в процессах принятия, использования и преобразования информации, в) степенью осознанности процесса обработки информации как процесса решения творческой задачи.

Методы и выборка

Для исследования взаимодействия человека с информационной средой и форм устойчивости в данном взаимодействии нами был разработан авторский опросник, состоящий из 12 вопросов, объединенных в четыре блока по три вопроса: «переживание», «деятельность», «поведение», «общение». Вопросы в каждом блоке позволяли оценить по 5-балльной шкале особенности реагирования в информационном, перцептивном и интерактивном аспектах общения (табл. 1).

Таблица 1. Общая схема и принципы конструирования опросника «Взаимодействие с информационной средой»

Формы активности личности	Три стороны общения	Пример (общий принцип предлагаемых формулировок)
Общение	Коммуникативная	«Мое общение меняется после получения информации из вне (текст, новости)»
	Перцептивная	«Мое общение меняется от образов в инфополе (визуальный ряд, мем, персонажи)»
	Интерактивная	«Мое общение меняется от реакций по отношению ко мне и моих реакций по отношению к другим».

Поведение	Коммуникативная	«Мое поведение меняется после получения информации из вне (текст, новости)»
	Перцептивная	«Мое поведение меняется от образов в инфополе (визуальный ряд, мем, персонажи)»
	Интерактивная	«Мое поведение меняется от реакций по отношению ко мне и моих реакций по отношению к другим».
Деятельность	Коммуникативная	«Моя деятельность меняется после получения информации из вне (текст, новости)»
	Перцептивная	«Моя деятельность меняется от образов в инфополе (визуальный ряд, мем, персонажи)»
	Интерактивная	«Моя деятельность меняется от реакций по отношению ко мне и моих реакций по отношению к другим».
Переживание	Коммуникативная	«Мое настроение меняется после получения информации из вне (текст, новости)»
	Перцептивная	«Мое настроение меняется от образов в инфополе (визуальный ряд, мем, персонажи)»
	Интерактивная	«Мое настроение меняется от реакций по отношению ко мне и моих реакций по отношению к другим».

Помимо активности в информационных ситуациях оценивались еще 109 показателей, позволяющих выявить особенности проявления психологических переменных, как опыта общения (взаимодействия) с информационной средой. Для этого использовались следующие диагностические инструменты:

- «общение»: ориентировочная анкета Б. Басса, шкала макиавеллизма личности (Р. Кристи, Ф. Гес), тест «Коммуникативная толерантность» (В.В. Бойко), тест Томаса-Килманна «Стиль поведения в конфликтных ситуациях»;
- «самодетерминация» (самопроцессы): методика «Уровень субъективного контроля» (Е.Ф. Бажин, Е.А. Голынкина, Л.М. Эткинд), методика «Изучение самоотношения» (С.Р. Пантелеев, В.В. Столин), методика «Способность к самоуправлению» (Н.М. Пейсахов), многофакторный личностный опросник «Самоактуализационный тест» (Л.Я. Гозман, М.В. Кроз), методика «Смысл-жизненные ориентации» (Д.А. Леонтьев), тест «Ценностные ориентации» (М. Рокич), 16-факторный личностный опросник Р.Б. Кеттелла;
- «уровень спонтанности/контроля поведения»: шкала потребности в поисках ощущений М. Цукермана, личностный опросник Г. Шмишека, тест «Кто Я?» М. Кун, Т. Макпартленд.

Оформление и корректировка дизайна исследования проводились, начиная с серии пилотных исследований с 2014 г. [4].

На первом и втором этапах численность выборки составляла 1200 респондентов. Состав выборки не менялся, но в рамках дифференциации ответов на опросник происходило перераспределение подгрупп.

На первом этапе исследования выборка была разделена на основании авторского опросника на: первую подгруппу (600 человек), которую мы обозначили как «адаптирующиеся к информационной среде», и вторую подгруппу (600 человек), которая была обозначена как «преобразующие информационную среду» [4].

Обсуждение результатов исследования

В результате статистической обработки полученных данных (описательная статистика, коэффициент t-критерий Стьюдента) были обнаружены различия с высоким уровнем достоверности ($p \leq 0,001$) в выраженности показателей «разделение ценностей самоактуализирующейся личности» (САТ), «самоценность» (МИС), «способность к принятию решений» (ССУ) (табл. 2).

Таблица 2. Различия в выраженности показателей сравниваемых подгрупп ($p \leq 0,001$)

Подгруппы	Средние значения показателей / SD (стандартное отклонение)		
	Ценности самоактуализирующейся личности	Самоценность	Способность к принятию решений
Адаптирующиеся к информационной среде	4,11 / 0,90	5,94 / 1,76	4,16 / 1,29
Преобразующие информационную среду	4,53 / 1,47	6,30 / 2,10	5,13 / 1,12

Далее был проведен анализ различий во взаимосвязях выделенных показателей (корреляционный анализ Пирсона) с уровнем достоверности $p \leq 0,01$ (табл. 3).

Таблица 3. Взаимосвязи выделенных показателей в подгруппах

Взаимосвязи показателей с...	Коэффициент корреляции и характер взаимосвязи показателей	
	1-я подгруппа	2-я подгруппа
ценностями самоактуализирующейся личности		
Активная деятельная жизнь	-0,298**	0,044
Красота природы и искусства	0,137**	0,051
Счастье других	-0,286**	0,158**
самоценностью		
Самопринятие	0,239**	-0,210**
Самопривязанность	-0,061	-0,178**
способностью к принятию решений		
Конфронтация	-0,414**	0,256**
Смелость	-0,005	-0,195**

** $p \leq 0,01$

Как видно из таблицы, ряд показателей можно рассматривать как личностные ресурсы, т.е. психологические детерминанты, обеспечивающие в первой подгруппе устойчивость к информационному воздействию и готовность к преобразованию информационной среды (управлению информационной средой). Так, «разделение ценностей самоактуализирующейся личности» детерминируется ценностью «счастье других», «самоценность» - «самопринятием» и «самопривязанностью» (в обоих случаях с обратной связью), «способность к принятию решений» - «конфронтацией» и «смелостью» (с обратной связью).

Таким образом, респондентов, входящих в подгруппу «преобразующие информационную среду» (вторая подгруппа) можно охарактеризовать как людей, которые стремятся к самоактуализации, саморазвитию при выборе ценности «счастье других» как приоритетной, отличаются критическим отношением к себе, но при этом ценят «собственную полезность» со своими особенностями, и решительны в своих действиях и в отстаивании своей точки зрения с некоторой долей осторожности. В подгруппе «адаптирующиеся к информационной среде» (первая подгруппа) мы наблюдаем противоположные тенденции, что еще в большей степени подтверждает наше предположение о существовании психологических характеристик, которые характерны для проявлений информационной устойчивости, но не являются значимыми и определяющими для психологической структуры людей, не справляющихся в информационной нагрузке.

На втором этапе исследования, благодаря более детальной дифференциации по авторскому опроснику, были выделены 6 подгрупп по 200 человек с целью выявления психологических детерминант, которые обеспечивают переход от простого восприятия информационной среды к ее изменению (управлению).

На данном этапе исследования был использован наиболее распространенный в факторном анализе метод главных компонент с вращением результирующей нормированной матрицы методом Varimax для сокращения множества признаков до нескольких факторов, по которым различия проявляются наиболее ярко в факторной структуре между группами.

В первой подгруппе матрица факторных нагрузок представлена следующими показателями: «общественное признание» (0,949), «шкала макиавеллизма» (0,947), «застывающий тип личности» (0,922), «саморуководство» (0,905), «самообвинение» (0,867), «цели в жизни» (0,826), «направленность на общение» (0,818), «компромисс» (0,804), «робость-смелость» (0,759), «внутреннее напряжение» (0,684).

Во второй подгруппе в матрицу вошли: «шкала макиавеллизма» (0,987), «общественное признание» (0,973), «познавательные потребности» (0,909), «спонтанность» (0,881), «интернальность в сфере здоровья / болезни» (0,824), «сотрудничество» (0,797), «ценностные ориентации самоактуализирующейся личности» (0,797), «жестокость-чувствительность» (0,790), «категоричность в оценке людей, не хватает гибкости и кругозора» (0,727), «направленность на дело» (0,721).

В третьей подгруппе в матрицу факторных нагрузок оказались включены следующие показатели: «интересная работа» (0,973), «подчиненность-доминантность» (0,952), «цели в жизни» (0,939), «локус-контроля Я» (0,923), «застывающий тип личности» (0,901), «компромисс» (0,887), «самопринятие» (0,853), «спонтанность» (0,793), «неприятие или непонимание индивидуальности человека» (0,774), «Я-личностное» (0,762).

Содержание матрицы факторной нагрузки четвертой подгруппы: «жестокость-чувствительность» (0,926), «целеполагание» (0,890), «робость-смелость» (0,850), «принятие решения» (0,841), «цели в жизни» (0,829), «расслабленность-напряженность» (0,822), «консерватизм-радикализм» (0,818), «интернальность в области производственных отношений» (0,789), «сензитивность к себе» (0,747), «локус-контроля Я» (0,741).

В пятой подгруппе матрица факторных нагрузок включала следующие показатели: «шкала макиавеллизма» (0,972), «тревножно-боязливый» (0,964), «соперничество» (0,871), «анализ противоречий» (0,827), «цели в жизни» (0,825), «аффективно-экзальтированный» (0,799), «самопринятие» (0,731), «дистимический» (0,713), «принятие агрессии» (0,706), «интернальность в области достижений» (0,644).

В шестой подгруппе в матрицу оказались включены показатели: «тревножно-боязливый» (0,959), «дистимический» (0,949), «самоконтроль» (0,933), «цели в жизни» (0,907), «жестокость-чувствительность» (0,907), «закрытость-открытость» (0,865), «критерии оценки» (0,863), «самоуважение» (0,833), «развлечения» (0,783), «демонстративный» (0,746).

Анализ содержания выделенных в подгруппах матриц факторной нагрузки позволяет говорить о том, что в каждой из них отражаются те или иные характеристики Я-социального, Я-социально-личностного и Я-личностного, и фиксировать наличие разницы потенциала взаимодействия с информационной средой. Предложенные нами названия факторов демонстрируют основные тенденции в организации психологической структуры личности с точки зрения динамики освоения ею информационного пространства.

Как видно из психологических характеристик первой подгруппы, они подчинены Я-социальному: перечень показателей с учетом факторной нагрузки говорит о том, что основные векторы активности личности направлены на выстраивание социальной идентичности, и она ориентирована на согласование собственных действий и поступков, в первую очередь, с оценкой окружения.

В первой подгруппе мы выделяем два осознаваемых архетипа, первый из которых, «реципиент», отражает начальный уровень в организации личности во взаимодействии с информационной средой и при усилении и развитии психологических характеристик позволяет переходить на второй уровень организации личности – «наблюдатель».

В второй подгруппе мы выделяем третий и четвертый архетипы: «активист» и «аналитик». Преобладание Я-социального свидетельствует о зависимости личности от группы, восприятии себя только через внешние оценки, потребности заслужить поддержку и одобрение группы и в группе. На это указывают такие входящие в матрицу факторной нагрузки шкалы, как «общественное признание», «шкала макиавеллизма», «застревающий тип личности», «саморуководство», «познавательные потребности» (самая высокая факторная нагрузка). В результате формируется зависимость собственного Я от внешних обстоятельств.

Я-социально-личностное (или Я-промежуточное) определяет психологическое содержание третьей подгруппы (пятый и шестой архетипы – «манипулятор» и «теоретик») и четвертой подгруппы (седьмой и восьмой архетипы – «знаток» и «уверенный пользователь»). Я-социально-личностное описывает взаимосвязи показателей с высокой факторной нагрузкой: «интересная работа», «подчиненность-доминантность», «цели в жизни», «локус-контроля Я», «застревающий тип личности», «жестокость-чувствительность». Разнополярность в психологических характеристиках данных архетипов проявляется в поиске баланса внешней и внутренней оценки, и в отличие от архетипов «реципиент» и «наблюдатель», а также «активист» и «аналитик» здесь больше показателей с интернальной ориентировкой и личной ответственностью за происходящее.

Я-личностное является ведущим в пятой подгруппе («организатор» и «планировщик» – девятый и десятый архетипы), и шестой подгруппе («автор» и «новатор» – одиннадцатый и двенадцатый архетипы). Об этом свидетельствует включение в матрицу факторной нагрузки таких показателей, как «шкала макиавеллизма», «тревножно-боязливый», «дистимический», «самоконтроль», «цели в жизни», «жестокость-чувствительность», т.е. показателей движения

к цели и к самому себе, в рамках которого аккуратно и с осторожностью распределяется информация извне.

Разработанная на основе полученных результатов модель уровней организации личности в информационной среде представлена на рисунке 1.

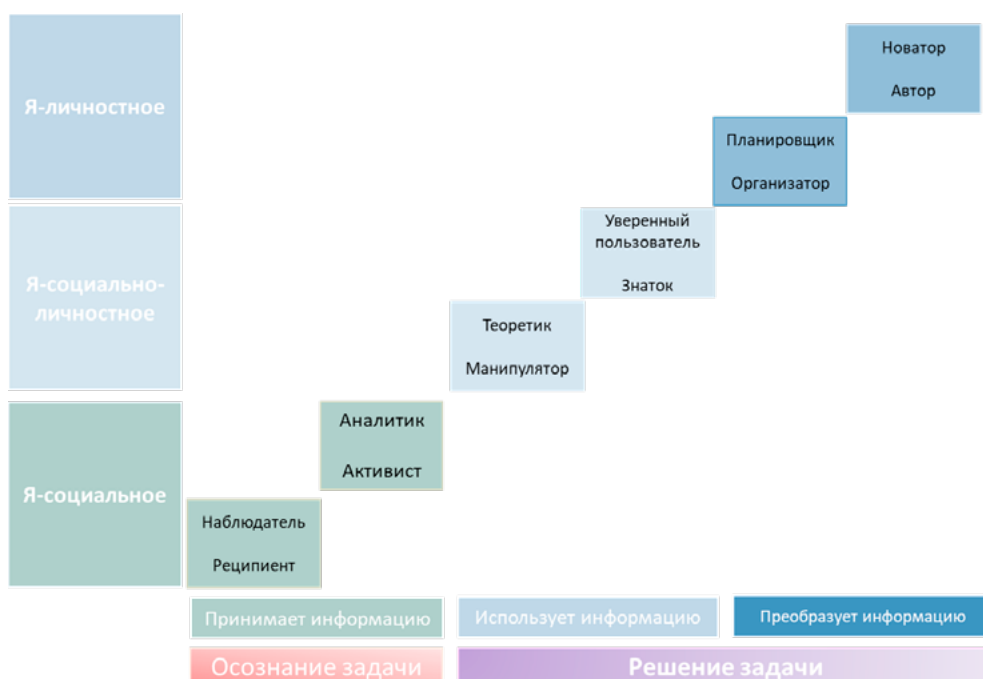


Рисунок 1. Уровни организации личности в информационной среде

Заключение

Анализируя полученные результаты, можно сделать следующие выводы:

- на теоретическом уровне исследование расширяет представления о человеке как личности, развивающейся в условиях информационной среды, и его возможностях в обработке информации при решении нелинейных задач в изменчивой гибридной реальности с помощью механизмов общения, самодетерминации, контроля поведения;
- выделены психологические показатели устойчивости личности к воздействию информации, которые определяют характер и представленность осознаваемых архетипов в пересечении трех плоскостей: 1) от «Я-социальное» до «Я-личностное» (степень вовлеченности в информационное воздействие), 2) от «принимает информацию» до «преобразует информацию» (степень устойчивости), 3) от «осознает (интуитивно) задачу» до «решает (осознанно) задачу» (степень осознанности);
- особенности ресурсного потенциала человека описаны через понятие «осознаваемые архетипы», которое характеризует его адаптационные возможности к условиям информационной среды – от минимальных к максимальным: «реципиент», «наблюдатель», «активист», «аналитик», «манипулятор», «теоретик», «знатор», «уверенный пользователь», «организатор», «планировщик», «автор», «новатор»;
- полученные данные позволяют перейти к этапу разработки психодиагностического инструментария по выявлению выраженности личностных переменных в информационной среде (информационно-психологической компетентности и устойчивости) в рамках отнесения человека к одному из осознаваемых архетипов;

- результаты исследования могут быть использованы при разработке стратегий сопровождения информационно-цифровой социализации и оказания помощи в ситуациях противодействия деструктивным информационным потокам (медиапространство, соцсети и т.п.).

Список литературы:

1. Анцыферова Л.И. О динамическом подходе к психологическому изучению личности // Психологический журнал. 1981. № 2. С. 8-18.
2. Журавлев А.Л., Харламенкова Н.Е. Динамический подход к исследованию психологии личности // Социальная и экономическая психология. 2017. Т. 2. № 1. С. 5-23.
3. Колнаи А. Психоанализ и социология: к психологии масс и общества. пер. с нем. А. В. Чесалкиной. Ижевск: ERGO, 2014. 115 с.
4. Кротова И.В. Личностные ресурсы человеческого капитала в информационной среде // Психология личности: методология, теория, практика / Отв. ред. Д.В. Ушаков и др. М.: Издание Института психологии РАН, 2024. С. 658-664.
5. Лебон Г. Психология масс. СПб: Издательство «Питер», 2018. 256 с.
6. Личностные ресурсы инновационно-ориентированных молодых исследователей в научной среде / И.В. Кротова [и др.] // Перспективы науки и образования. 2025. № 3. С. 459-475. DOI: 10.32744/pse.2025.3.30
7. Леонтьев Д.А. Личностный потенциал: оптика психологии // Человеческий потенциал: современные трактовки и результаты исследований / Науч. ред. Л.Н. Овчарова, В.А. Аникин, П.С. Сорокин. М.: Всероссийский центр изучения общественного мнения, 2023. URL: https://edpolicy.ranepa.ru/psychology_02_23 (дата обращения: 12.12.2024).
8. Марцинковская Т.Д., Андреева (Голубева) Н.А., Преображенская С.В. Информационная идентичность и восприятие информации как новая цифровая повседневность // Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. 2023. Т. 13. № 3. С. 347-361. DOI: 10.21638/spbu16.2023.304
9. Ним Е.Г. (Не)социальное конструирование реальности в эпоху медиатизации // Социологическое обозрение. 2017. Т. 16. № 3. С. 409-427.
10. Пономарев Я.А. Психология творчества. М.: Наука, 1976. 304 с.
11. Пызин В.А. Новые граждане России: к вопросу о формировании ментальных установок на интеграцию в Россию у населения освобожденных территорий // Россия: общество, политика, история. 2025. Т. 2. № 15. С. 162-175. DOI: 10.56654/ROPI-2025-2(15)-162-175
12. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Издательство «Питер», 2002. 720 с.
13. Солдатова Г.У., Войскунский А.Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2021. Т. 18. № 3. С. 431-450. DOI: 10.17323/1813-8918-2021-3-431-450
14. Солдатова Г.У., Илюхина С.Н. Человек технологически достроенный: в поисках целостности // Культурно-историческая психология. 2025. Т. 21. № 1. С. 13-23. DOI: 10.17759/chp.2025210102
15. Солдатова Г.У., Чигарькова С.В., Илюхина С.Н. (2024). Метаморфозы идентичности человека достроенного: от цифрового донора к цифровому кентавру // Социальная психология и общество. 2024. Т. 15. № 4. С. 40-57. DOI: 10.17759/sps.2024150404
16. Тард Г. Законы подражания / Пер. с фр. Ф. Павленков. Академический проект, 2011. 304 с.



17. Хорошилов Д.А. Оцифрованный разум: медиатизация социального познания в культуре, науке и искусстве // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 4. С. 9-22. DOI: 10.17759/sps.2019100402
18. Юнг К.Г. Об архетипах коллективного бессознательного. ред. Даньшина Е.Н., пер. с немецкого Чечиной А.А. М.: АСТ, 2023. 224 с.
19. Chen R., Skey M., Mihelj S. Inhabitants of a National «Walled Garden»: Everyday Digital Nationalism in China // Social Media + Society. 2025. Vol. 11. N 2. P. 1-11. DOI: 10.1177/20563051251342224 (Original work published 2025)
20. Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press, 2017. 290 p.
21. Kahneman D. Attention and effort. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1973. 246 p.
22. Matthes J., Wonneberger A., Schmuck D. Consumers' green involvement and the persuasive effects of emotional versus functional ads. // Journal of Business Research. 2014. Vol. 67. N 9. P. 1885-1893. DOI: 10.1016/j.jbusres.2013.11.054
23. Personality Factors Predicting Smartphone Addiction Predisposition: Behavioral Inhibition and Activation Systems, Impulsivity, and Self-Control / Y. Kim [et al.] // PLoS One. 2016. Vol. 11. N 8. P. 1-11. DOI: 10.1371/journal.pone.0159788
24. Personality Traits that Predispose or Protect in Smartphone Addiction and Their Implications for Intervention: A Narrative Review / N. John [et al.] // Cyberpsychol Behav Soc Netw. 2025. Vol. 28. N 6. P. 375-386. DOI: 10.1089/cyber.2024.0444
25. Porat M.U. The information economy: definition and management. Office of Telecommu-nications (DOC), Washington, DC. 1977. P. 319.
26. Profiling misinformation susceptibility / Ya. Kyrychenko [et al.] // Personality and Individual Differences. 2025. Vol. 241. P. 1-6. DOI: 10.1016/j.paid.2025.113177
27. Schramm H., Olbermann Z. and Mayer F. The involvement concept –replaceable or irreplaceable? A case for a conceptual analysis of a core concept of media psychological communication research // Front. Psychol. 2024. Vol. 15. P. 1-9. DOI: 10.3389/fpsyg.2024.1395895
28. Sepehri A., Duclos R., Haghighi N. Ideas worth spreading? When, how, and for whom information load hurts online talks' popularity // Journal of Personality and Social Psychology. 2025. Vol. 128. N 2. P. 281-299. DOI: 10.1037/pspa0000430
29. Sherif M., Sargent S. S. Ego-involvement and the mass media // Journal of Social Issues. 1947. Vol. 3. N 3. P. 8-16. DOI: 10.1111/j.1540-4560.1947.tb02208.x
30. Well-being in social interactions: Examining personality-situation dynamics in face-to-face and computer-mediated communication / L. Kroencke [et al.] // Journal of Personality and Social Psychology. 2023. Vol. 124. N 2. P. 437-460. DOI: 10.1037/pspp0000422.

СОДЕРЖАНИЕ



ПРЕДЫДУЩАЯ



СЛЕДУЮЩАЯ

Personality in the information environment: perceivable archetypes

Krotova Inna Vladimirovna

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Department of Clinical Psychology and Personality Psychology, Institute of Psychology and Education, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russian Federation
e-mail: inna.balymova@kpfu.ru

Abstract

The article explores the specifics of human interaction with the information environment. A new theoretical model of personal resources has been proposed and tested, aimed at enabling creative engagement with symbolic reality and behavioral self-determination under conditions of informational overload. Theoretical and methodological foundations are presented for identifying perceivable archetypes of interaction with the information environment. Based on empirical research, 12 archetypes are distinguished: "recipient," "observer," "activist," "analyst," "manipulator," "theorist," "expert," "confident user," "organizer," "planner," "author," and "innovator." It is shown that these archetypes differ in terms of personal involvement, stability, and awareness. Psychological indicators of personality resilience and readiness to assimilate and transform incoming information are identified. Recommendations are formulated for applying the research results to develop tools for assessing personal growth potential under informational pressure, as well as programs for psychological support in the process of informational and digital socialization and the development of the ability to build "dialogue with the information environment" (informational and psychological competence), including situations of counteracting destructive information flows.

Key words

• information environment • perceivable archetypes • personal resources • informational and psychological competence •

Acknowledgements

This work was covered by the Strategic Academic Leadership Program of Kazan (Volga Region) Federal University (PRIORITY-2030).

СОДЕРЖАНИЕ



ПРЕДЫДУЩАЯ



СЛЕДУЮЩАЯ

References

1. Antsyferova L.I. On the Dynamic Approach to Psychological Study of Personality // *Psychological Journal*. 1981. N 2. P. 8-18.
2. Zhuravlev A.L., Kharlamenkova N.E. Dynamic Approach to the Study of Personality Psychology // *Social and Economic Psychology*. 2017. Vol. 2. N 1. P. 5-23.
3. Kolnai A. *Psychoanalysis and Sociology: On the Psychology of Crowds and Society*. Translated from German by A.V. Chesalkina. Izhevsk: ERGO, 2014. 115 p.
4. Krotova I.V. Personal Resources of Human Capital in the Information Environment // *Personality Psychology: Methodology, Theory, Practice* / Editor-in-chief D.V. Ushakov et al. Moscow: Published by the Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, 2024. P. 658-664.
5. Le Bon G. *The Psychology of Crowds*. St. Petersburg: Piter Publishing House, 2018. 256 p.
6. Personal Resources of Innovation-Oriented Young Researchers in the Scientific Environment / I.V. Krotova [et al.] // *Perspectives of Science and Education*. 2025. N 3. P. 459-475. DOI: 10.32744/pse.2025.3.30
7. Leontiev D.A. Personal Potential: A Psychological Perspective // *Human Potential: Contemporary Interpretations and Research Results* / Academic Editor L.N. Ovcharova, V.A. Anikin, P.S. Sorokin. Moscow: All-Russian Public Opinion Research Center, 2023. URL: https://edpolicy.ranepa.ru/psychology_02_23 (accessed: 12.12.2024).
8. Martsinkovskaya T.D., Andreeva (Golubeva) N.A., Preobrazhenskaya S.V. Informational Identity and Perception of Information as a New Digital Everyday Reality // *Bulletin of St. Petersburg University. Psychology*. 2023. Vol. 13. N 3. P. 347-361. DOI: 10.21638/spbu16.2023.304
9. Nim E.G. (Non)Social Construction of Reality in the Age of Mediatization // *Sociological Review*. 2017. Vol. 16. N 3. P. 409-427.
10. Ponomarev Ya.A. *Psychology of Creativity*. Moscow: Nauka, 1976. 304 p.
11. Pyzin V.A. New Citizens of Russia: On the Formation of Mental Attitudes Toward Integration in Russia Among the Population of Liberated Territories // *Russia: Society, Politics, History*. 2025. Vol. 2. N 15. P. 162-175. DOI: 10.56654/ROPI-2025-2(15)-162-175
12. Rubinstein S.L. *Fundamentals of General Psychology*. St. Petersburg: Piter Publishing House, 2002. 720 p.
13. Soldatova G.U., Voiskunsky A.E. Social and Cognitive Concept of Digital Socialization: A New Ecosystem and Social Evolution of the Psyche // *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*. 2021. Vol. 18. N 3. P. 431-450. DOI: 10.17323/1813-8918-2021-3-431-450
14. Soldatova G.U., Ilyukhina S.N. The Technologically Augmented Human: In Search of Integrity // *Cultural and Historical Psychology*. 2025. Vol. 21. N 1. P. 13-23. DOI: 10.17759/chp.2025210102
15. Soldatova G.U., Chigarkova S.V., Ilyukhina S.N. (2024). Metamorphoses of the Augmented Human's Identity: From Digital Donor to Digital Centaur // *Social Psychology and Society*. 2024. Vol. 15. N 4. P. 40-57. DOI: 10.17759/sps.2024150404
16. Tarde G. *Laws of Imitation* / Translated from French by F. Pavlenkov. Akademichesky Proekt, 2011, 304 p.
17. Khoroshilov D.A. Digitized Mind: Mediatization of Social Cognition in Culture, Science, and Art // *Social Psychology and Society*. 2019. Vol. 10. N 4. P. 9-22. DOI: 10.17759/sps.2019100402
18. Jung C.G. *The Archetypes and the Collective Unconscious*. Edited by E.N. Danshina, translated from German by A.A. Chechina. Moscow: AST, 2023, 224 p.



19. Chen R., Skey M., Mihelj S. Inhabitants of a National «Walled Garden»: Everyday Digital Nationalism in China // Social Media + Society. 2025. Vol. 11. N 2. P. 1-11. DOI: 10.1177/20563051251342224 (Original work published 2025).
20. Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press, 2017. 290 p.
21. Kahneman D. Attention and effort. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1973. 246 p.
22. Matthes J., Wonneberger A., Schmuck D. Consumers' green involvement and the persuasive effects of emotional versus functional ads. // Journal of Business Research. Vol. 67. N 9. P. 1885-1893. DOI: 10.1016/j.jbusres.2013.11.054
23. Personality Factors Predicting Smartphone Addiction Predisposition: Behavioral Inhibition and Activation Systems, Impulsivity, and Self-Control / Y. Kim [et al.] // PLoS One. 2016. Vol. 11. N 8. P. 1-11. DOI: 10.1371/journal.pone.0159788
24. Personality Traits that Predispose or Protect in Smartphone Addiction and Their Implications for Intervention: A Narrative Review / N. John [et al.] // Cyberpsychol Behav Soc Netw. 2025. Vol. 28. N 6. P. 375-386. DOI: 10.1089/cyber.2024.0444
25. Porat M.U. The information economy: definition and management. Office of Telecommu-nications (DOC), Washington, DC. 1977. P. 319.
26. Profiling misinformation susceptibility / Ya. Kyrychenko [et al.] // Personality and Individual Differences. 2025. Vol. 241. P. 1-6. DOI: 10.1016/j.paid.2025.113177
27. Schramm H., Olbermann Z. and Mayer F. The involvement concept –replaceable or irreplaceable? A case for a conceptual analysis of a core concept of media psychological communication research // Front. Psychol. 2024. Vol. 15. P. 1-9. DOI: 10.3389/fpsyg.2024.1395895
28. Sepehri A., Duclos R., Haghighi N. Ideas worth spreading? When, how, and for whom information load hurts online talks' popularity // Journal of Personality and Social Psychology. 2025. Vol. 128. N 2. P. 281-299. DOI: 10.1037/pspa0000430
29. Sherif M., Sargent S. S. Ego-involvement and the mass media // Journal of Social Issues. 1947. Vol. 3. N 3. P. 8-16. DOI: 10.1111/j.1540-4560.1947.tb02208.x
30. Well-being in social interactions: Examining personality-situation dynamics in face-to-face and computer-mediated communication / L. Kroencke [et al.] // Journal of Personality and Social Psychology. 2023. Vol. 124. N 2. P. 437-460. DOI: 10.1037/pspp0000422.

Поступила в редакцию: 12.05.2025

Принята в печать: 24.07.2025

СОДЕРЖАНИЕ



ПРЕДЫДУЩАЯ



СЛЕДУЮЩАЯ