

DOI: 10.25629/НС.2026.01.14

УДК: 37.026:004.9

ВАК: 5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии

СУБЪЕКТНОСТЬ ЛИЧНОСТИ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОСТИ К ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОМУ ВОЗДЕЙСТВИЮ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Якименко А.Ю.¹, Константинов А.Е.²

¹Независимый исследователь

²Московский Государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации

Аннотация

В статье рассматривается взаимосвязь уровня развития субъектности личности и устойчивости к информационно-психологическому воздействию в условиях цифровой среды. Обосновывается актуальность исследования в контексте возрастающих информационных потоков и развития манипулятивных технологий. Представлен теоретический анализ понятий субъектность, психологическая устойчивость и информационно-психологическое воздействие. Эмпирическое исследование проведено на выборке взрослых пользователей цифровых медиа. Методики исследования: «Тест смысложизненных ориентаций» Д. А. Леонтьева, шкала жизнестойкости Коннор – Дэвидсон (CD-RISC), шкала локуса контроля Роттера, методика определения внушаемости (В. В. Деларю, С. В. Клаучек), шкала информационного стресса, шкала чувства субъектности (SoAS), Авторская анкета по медиаграмотности и самооценке устойчивости к информационным воздействиям в цифровой среде. Результаты показали, что высокий уровень субъектности, и особенно осмысленности жизни положительно коррелирует с психологической устойчивостью и снижает восприимчивость к информационно-психологическим воздействиям. Полученные данные подтверждают гипотезу о детерминирующей роли субъектности в обеспечении личностной устойчивости к деструктивным информационным воздействиям.

Ключевые слова

субъектность, психологическая устойчивость, информационно-психологическое воздействие, медиаграмотность, интернальность, осмысленность жизни, цифровая среда, манипуляции сознанием

Об авторах

Якименко Алексей Юрьевич, независимый исследователь, г. Москва, ja_kim@mail.ru

Константинов Андрей Евгеньевич, кандидат психологических наук, доцент, Московский Государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», Одинцовский филиал, Московская обл., г. Одинцово, a.konstantinov@odin.mgimo.ru

Введение

«Некоторые утверждают, что мир постепенно объединяется, что он превратится в братское сообщество, из-за сокращения расстояний и передачи идей по воздуху. Увы, вы не должны верить, что людей можно так объединить. Считать свободу напрямую зависящей от количества человеческих потребностей и их немедленного удовлетворения показывает извращённое понимание человеческой природы, ибо такая интерпретация порождает в людях лишь множество бессмысленных, глупых желаний и привычек, а также бесконечных нелепых изобретений. Людьями сейчас всё больше и больше движет зависть, тщеславие и желание удовлетворить свою материальную жадность» [1, с. 4]. Эти слова были написаны Ф. М. Достоевским в 1880 году в романе «Братья Карамазовы», но сегодня они актуальны как никогда раньше.

Современные реалии цифрового общества радикально изменили и продолжают менять формы и масштабы воздействия на личность. Для осуществления наиболее эффективного воздействия на человека в информационном обществе используется Информационно-психологическое воздействие (далее ИПВ). Наиболее обобщённое определение ИПВ формулируется как целенаправленное влияние на психику человека через информацию, способное вызвать изменения в когнитивной, эмоциональной и поведенческой сферах. ИПВ в цифровой среде становится всё более эффективным, благодаря алгоритмам персонализации, визуальным и эмоциональным триггерам, а также высокой скорости распространения информации.

Актуальность исследования определяется возрастающей ролью информационно-психологического воздействия в политической, социальной и культурной сферах, а также необходимостью разработки психологических механизмов защиты личности от манипулятивных воздействий в цифровой среде. Феномен ИПВ подробно исследован в трудах отечественных и зарубежных учёных (В. Г. Крысько, Е. Л. Доценко, С. Г. Кара-Мурза, А. В. Манойло, Ю. П. Зинченко, D. Kahneman, G. Peппусоок и др.), однако, остаётся недостаточно изученным вопрос о личностных факторах, определяющих устойчивость к подобным воздействиям в цифровом пространстве. Наиболее перспективным направлением для исследования устойчивости к ИПВ авторы рассматривают субъектность личности – её способность выступать источником собственной активности, самостоятельно определять цели, принимать решения и осознанно управлять своим поведением.

Богатая теоретическая база исследований субъектности (С. Л. Рубинштейн, А. Н. Леонтьев, К. А. Абульханова, А. В. Брушлинский, В. А. Петровский, А. Г. Асмолов), предоставляет важный материал для выявления связи уровня развития субъектности и степени устойчивости личности к деструктивным информационно-психологическим воздействиям в цифровой среде. Это определяет научную новизну и практическую значимость представленного исследования.

Цель исследования – выявить взаимосвязь между уровнем развития субъектности личности и её устойчивостью к информационно-психологическому воздействию.

Объект исследования – информационно-психологическое воздействие в условиях цифровой среды.

Предмет исследования – субъектность личности как детерминанта устойчивости к информационно-психологическому воздействию.

На основе теоретического анализа была сформулирована гипотеза исследования, согласно которой высокий уровень субъектности личности способствует повышению её устойчивости к информационно-психологическому воздействию в цифровой среде. С целью проверки выдвинутой гипотезы нами было проведено эмпирическое исследование, направленное на выявление взаимосвязей между показателями субъектности, осмысленности жизни, жизнестойкости, локуса контроля и восприимчивости к информационному воздействию. Исследование включало диагностику ключевых психологических характеристик, анализ структурных связей между ними, а также оценку влияния субъектности на устойчивость к деструктивной информации.

Теоретические основы исследования

Исследование субъектности личности в психологии традиционно связано с пониманием человека как активного и автономного субъекта собственной жизнедеятельности. В классических трудах С. Л. Рубинштейна, А. Н. Леонтьева и их последователей субъектность понимается как интегративное качество личности, формирующееся в процессе онтогенеза, при условии включённости личности в социальную и культурную среду, и обеспечивающее способность человека к сознательному управлению собственной жизнью. Она включает когнитивный, мотивационный, эмоциональный и волевой компоненты, обеспечивая согласованность между внутренними ориентирами и внешней активностью.

На основании теоретического анализа было сделано предположение субъектности личности, как о факторе психологической устойчивости, поскольку она формирует способность личности осмысленно перерабатывать информацию, адаптироваться и противостоять деструктивным влияниям, сохранять идентичность и выстраивать стратегические жизненные ориентации в условиях неопределённости. В условиях цифровой среды субъектность личности проявляется в различных сферах её активности, особенно в познавательной, коммуникативной, рефлексивной и саморегуляционной. Таким образом, можно предположить, что субъектность личности в информационной среде не только отражает степень её активности и осознанности, но и определяет успешность адаптации к условиям цифровой реальности, способствуя формированию устойчивых моделей поведения, способности к самоопределению и регуляции, критическому мышлению и стратегической жизненной ориентации. Развитие субъектной позиции становится важным условием формирования и развития устойчивости и психологической защищённости в условиях динамично изменяющейся информационной среды.

Человеческая психика подвергается психологическому воздействию в процессе любого социального взаимодействия, связанного обменом информацией. Цифровая среда стала одним из наиболее значимых факторов, трансформирующих социально-психологическое пространство. Потоки информации стали более интенсивными, фрагментарными, эмоционально насыщенными и зачастую манипулятивными. Информационно-психологическое воздействие (ИПВ) в таких условиях осуществляется более незаметно и точно, формируя новые убеждения и модели поведения.

С развитием доступных средств массовой коммуникации важно помнить о постулатах управления массами, сформулированных Э. Бернейзом, автором труда под названием «Пропаганда» 1928г. Эта книга заложила основы управления массами, пропаганды и манипуляций общественным мнением. На этих идеях была выстроена пропагандистская работа правительств разных стран (особенно ярко в 3-м Рейхе). В настоящее время эти принципы не только не теряют своей актуальности, но и обретают второе дыхание в связи с всеобъемлющим распространением информационных технологий. «Нами правят, наше сознание программируют, наши вкусы предопределяют, наши идеи нам предлагают – и все это делают в основном люди, о которых мы никогда и не слыхивали» [2, с.1]. Методы воздействия на умы людей остаются такими же, как и 100 лет назад. Но с новыми техническими средствами, эффективность этих методов возрастает кратно. А вот психика человека не так изменчива, а в самой глубине неизменна вовсе. Поэтому даже осведомлённость о рисках и способах влияния и открытый доступ к таким книгам как «Пропаганда» не производят коренных изменений в общественной информационной безопасности. Причиной тому является воздействие на бессознательные механизмы, в обход разума и логики.

Активное увеличение потока информационных посланий оказывает серьёзное влияние на индивидуальное сознание и общественное мнение. И в этом потоке становится всё труднее отделять объективную и достоверную информацию от фейковых новостей и дезинформации.

В отчёте медиахолдинга Rambler&Co, опубликованном на сайте ТАСС, говорится следующее: «Согласно результатам опроса, почти половина россиян (45%) заходят в интернет для

личных целей сразу после пробуждения. Это на 7% больше, чем годом ранее (тогда так поступали 38%). Ещё 22% делают это за завтраком, 16% – по пути на работу и в дневное время, а 17% свои дела в сети делают лишь вечером. При этом 32% проводят онлайн три-четыре часа в день, 29% – более 5 часов, 26% ограничиваются одним-двумя часами, 6% остаются в сети весь день», – говорится в результатах исследования. Основное назначение интернета для 41% опрошенных – чтение новостей. Ещё 24% на первое место ставят поиск информации, 16% чаще используют его только для общения, 7% – только для просмотра видео и также 7% – исключительно для рабочих нужд» [4]. Стоит добавить, что имеет значение не только время непосредственного контакта глаз и экрана, но и последующая фоновая деятельность по обработке входящего потока. И здесь как раз кроется опасность пропустить скрытые послания, направленные на эмоциональную часть личности, не способную к анализу данных.

В своих трудах А. В. Манойло уделял особое внимание технологии воздействия в средствах массовой коммуникации. «Массовая коммуникация – совокупность открытых, упорядоченных процессов передачи социально значимой информации, поддающихся целенаправленному регулированию и использующихся правящей элитой для утверждения определённых духовных ценностей данного общества и оказания идеологического, политического, экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей. В системе социально-политических отношений современного общества процессы массовой коммуникации являются важнейшим средством воздействия субъекта на объект и элементом реализации процесса государственного управления» [3, с.129]. Теперь эти технологии доступны не только правительствам и элитам, а всем, у кого есть доступ к устройству с камерой и микрофоном и выход в интернет. Поэтому сегодня особенно важно следить за качеством потребляемой информации.

Основными технологиями воздействия в системах массовой коммуникации являются такие методы как: информационная перегрузка, избирательная подача информации, большая ложь, смешение и подтасовка фактов и мнений, апелляция к авторитету, распределение внимания и эфирного времени, эмоциональная подача важной информации, манипуляции общественным мнением статистикой и др. Применение всех этих методов можно ежедневно наблюдать в средствах массовой коммуникации, социальных сетях, в частных и государственных СМИ.

Принципиальной особенностью ИПВ является то, что оно может осуществляться без открытого принуждения. Оно может воздействовать опосредованно – через изменение информационного контекста, активацию бессознательных установок, формирование когнитивных искажений, и включение индивида в эмоционально насыщенное информационное поле. По сути, ИПВ представляет собой особую форму управления вниманием, мышлением и, в конечном счёте, поведением человека или групп людей

Описанные выше принципы и методы ИПВ являются базовыми и неизменными, но меняется среда, в которой это воздействие происходит. Так зарубежные исследователи обращают внимание на возможности технологических корпораций в сфере влияния и управления людьми, связанные с развитием технологий Big data. Благодаря накоплению и обработке огромных массивов личных данных пользователей и возможности целенаправленно применять эти данные для воздействия на умы людей, можно сказать что IT-компании не только прекрасно знают портрет своего пользователя, лучше, чем он сам, но и активно могут его менять в угоду своим интересам. Таргетированная реклама предлагает товары, о которых мы только подумали или сказали, стриминговые платформы показывают контент, который нам интересен, удерживая внимание пользователей часами и создавая «информационные пузыри», которые способны менять картину мир и формировать устойчивые ментальные конструкции и новые системы взглядов, ценностей и убеждений.

Понятие информационно-психологического воздействия (ИПВ), активно используемое в отечественной науке и практике, имеет полноценные аналоги в западных научно-прикладных концепциях. Наиболее подходящим в контексте информационно-психологического противоборства является понятие *psychological operations (PSYOPS)*, используемый в военном и политическом дискурсе США и НАТО. Согласно официальному определению Пентагона, PSYOPS

представляют собой «операции по доведению до аудитории отобранной информации и показателей, чтобы повлиять на её мотивы и объективное мышление и в конечном итоге на поведение правительств, организаций, групп и крупных иностранных держав» [5]. Как и в отечественном понимании ИПВ, ключевым элементом PSYOPS выступает воздействие на психику без прямого принуждения, с целью программирования сознания или перенаправления действий. Деятельность подразделений PSYOPS направлена на следующие цели: подавление морального духа противника, подрыв доверия к государственным лидерам, создание позитивного образа сил США, формирование нужной повестки в общественном мнении, активация оппозиционных сил. Объектами воздействия являются когнитивная, эмоциональная и поведенческая сферы.

С наступлением цифровой эпохи фокус зарубежных исследований сместился от пропаганды к более тонким формам воздействия, связанным с анализом пользовательских данных. Современная цифровая реальность предъявляет новые вызовы не только индивидуальной психике, но и самой возможности быть субъектом: принимать решения, сохранять критическое мышление, иметь свою точку зрения. Переход к «экономике внимания» обусловил переход к целенаправленному захвату и удержанию внимания индивида, которое стало новой валютой в информационном обществе. В условиях избытка информации внимание становится ключевым ресурсом, за который конкурируют цифровые платформы, производители товаров и авторы контента.

В цифровой среде эксплуатируется ряд когнитивных искажений, таких как эффект подтверждения, эффект якоря, селективное внимание, эвристика доступности. Как отмечается в исследовании «The Psychology of Fake News» Gordon Pennycook and David G. Rand, «распространение фейковых новостей чаще обусловлено недостатком аналитического мышления, чем злонамеренностью» [7]. Одним из основных факторов веры в фейковые новости авторы считают недостаточную когнитивную проработку информации, эмоциональный отклик и подкрепление уже существующих убеждений. Механизм заключается в том, что в условиях информационной перегрузки индивид реагирует автоматически – через интуитивное, «быстрое» мышление, вместо аналитического размышления над полученной информацией. «Люди часто не могут отличить правду от вымысла, потому что не позволяют себе остановиться и задуматься о том, что они видят в социальных сетях» [7, с.7].

Таким образом эмоционально заряженные, но ложные данные распространяются быстрее чем правдивая, но «сухая» информация, особенно в социальных сетях. Это активизирует другой механизм, определяющий восприимчивость к дезинформации – её повторяемость. Этот механизм был описан, ставшим крылатым, выражением Франсуа Рене де Шатобриана – «Ложь, повторённая тысячу раз, становится правдой» (тысячу раз повторённая рейхсминистром пропаганды Й. Геббельсом). У читателя (слушателя, зрителя) может возникнуть доверие к данным, лишь на основании «авторитета большинства», либо авторитета источника информации (которому доверяет большинство).

Другим механизмом воздействия является эмоциональное вовлечение, формируемое через циклы положительного и отрицательного подкрепления. Регулярный просмотр ленты новостей, быстрая смена картинок, мгновенное вознаграждение в виде лайков и комментариев формируют дофаминовые петли, вызывая настоящую зависимость, схожую с химической. Лишение доступа в интернет может вызывать у современного человека чувство тревоги, угнетение настроения, спровоцировать депрессию, повышенную агрессивность, что схоже с синдромом отмены при химической аддикции. Хотя интернет зависимость ещё не включена в список болезней МКБ-11, это не умаляет степень данной проблемы.

Как подчёркивает S. Zuboff в книге «Эпоха капитализма наблюдения», цифровая среда давно перестала быть нейтральным пространством коммуникации, а превратилась в систему поведенческой дрессировки и управления: «Цель больше не в том, чтобы предсказать, что вы сделаете, а в том, чтобы подтолкнуть вас к тому, чтобы вы сделали именно это» [8, с. 5]. Основная метафора, которую использует S. Zuboff, заключается в представлении человеческого поведения как сырьевого ресурса, который используется для создания продуктов и услуг на

основании личных данных и предпочтений пользователей. Это фундаментальное преобразование роли человека в цифровой экономике, где он превращается из клиента в объект, из которого извлекается экономическая прибыль. «This new market form declares that serving the genuine needs of people is less lucrative, and therefore less important, than selling predictions of their behavior. Google discovered that we are less valuable than others' bets on our future behavior. This changed everything. (Эта новая рыночная форма утверждает, что удовлетворение подлинных потребностей людей менее прибыльно и, следовательно, менее важно, чем продажа предсказаний их поведения. Google обнаружил, что мы менее ценны, чем ставки других на наше будущее поведение. Это изменило всё.)» [8, с.92].

Алгоритмы рекомендаций, функционирующие на основе анализа больших массивов данных (Big Data) с помощью искусственного интеллекта (далее ИИ), усиливают эти эффекты, формируя персонализированную информационную среду, в которой пользователь оперирует информацией, получаемой на основе его интересов. Это приводит к формированию так называемых информационных пузырей (filter bubbles), что способствует радикализации убеждений и взглядов, а также сужает рамку восприятия объективной реальности.

Более того, стремительное развитие технологий ИИ, открывает новые возможности генерации контента. Сегодня с помощью DeepFake появилась возможность создавать видео с изображением и голосом любого человека, неотличимое от реального. При создании синтетических фото, аудио и видео материалов злоумышленники используют психологические особенности разных возрастных, национальных, религиозных и территориальных групп населения, для осуществления наиболее эффективного воздействия. С помощью DeepFake возможно совершение преступлений, направленных на разрушение репутации и доверия, что может быть использовано в политическом противоборстве, а также как инструмент социальной инженерии. В сущности, эти технологии являются продвинутыми инструментами реализации таких механизмов ИПВ как дезинформация, манипуляция сознанием, внушение.

В условиях информационной перегрузки развитая субъектность личности может выполнять роль защитного механизма, позволяющего фильтровать поступающие сигналы, интерпретировать информацию с позиции личных убеждений, ценностей и смыслов, и поддерживать личностную целостность. Согласно имеющимся данным, личность с высоким уровнем субъектности обладает более развитой системой саморегуляции, что способствует устойчивости к манипулятивным воздействиям в информационной среде. Однако особенность современных цифровых коммуникаций делает актуальным вопрос о том, насколько эта тенденция проявляется в условиях новой реальности, характеризующейся непрерывными потоками данных, алгоритмическими лентами рекомендаций и постоянным информационным шумом.

Методы исследования

Эмпирическое исследование проводилось в 2023–2024 годах и было направлено на изучение взаимосвязи уровня развития субъектности личности и уровня её устойчивости к информационно-психологическому воздействию в цифровой среде. В исследовании приняли участие 60 респондентов в возрасте от 20 до 50 лет, активно использующих интернет и социальные сети. Выборка была сформирована по принципу добровольного участия, с сохранением гендерного и профессионального разнообразия.

Исследование проводилось дистанционно с использованием шести валидных диагностических методик и авторской анкеты. Все участники были проинформированы о целях и задачах работы.

Для диагностики применялись психометрические методики, соответствующие задачам исследования:

Тест смысложизненных ориентаций (СЖО) Д. А. Леонтьева – для оценки уровня осмысленности жизни и степени интернальности личности.

Шкала жизнестойкости Коннор – Дэвидсон (CD-RISC) – для измерения уровня психологической устойчивости и способности преодолевать стрессовые ситуации.

Шкала локуса контроля Роттера – для определения ориентации личности на внутренние или внешние причины жизненных событий.

Методика определения внушаемости (В. В. Деларю, С. В. Клаучек) – для оценки восприимчивости к внешним воздействиям и конформности.

Методика диагностики информационного стресса (Ю. В. Щербатых) – для выявления признаков информационной перегрузки, характерной для пользователей цифровой среды

Шкала чувства субъектности (Sense of Agency Scale, SoAS, адаптация А. А. Золотарёва) – для оценки выраженности переживания собственной субъектности.

Для количественной обработки данных использовались методы корреляционного, регрессионного и факторного анализа с применением программы IBM SPSS Statistics 23.

Выбор комплекса методик обусловлен междисциплинарным характером изучаемого феномена. Субъектность рассматривается как интегративное качество, включающее когнитивные, эмоциональные и волевые компоненты, поэтому сочетание диагностических инструментов позволило охватить ключевые аспекты – смысловую направленность, локус контроля, жизнестойкость и устойчивость к внушению. Использование статистических методов позволило выявить степень взаимосвязи между показателями субъектности и устойчивости к информационно-психологическим воздействиям, а также определить значимые предикторы этого феномена.

Результаты

Результаты эмпирического исследования подтвердили наличие статистически значимых взаимосвязей между показателями субъектности личности и её устойчивостью к информационно-психологическому воздействию. Анализ данных позволил установить, что высокий уровень субъектности, выраженный в осмысленности жизни, интернальном локусе контроля и низкой внушаемости, коррелирует с более высоким уровнем психологической устойчивости и жизнестойкости.

На основании данных описательной статистики распределение по показателям возраст, устойчивость, внушаемость, субъектность, локус контроля, смысловые ориентации, цели в жизни, процесс жизни, результативность жизни, локус «я» и локус «жизнь» являются нормальными или близки к нормальному, на основании того, что мода, медиана и среднее близки между собой. Подавляющее большинство опрошенных имеют высшее образование (56 человек из 60), поэтому можно считать выборку достаточно однородной по этому показателю.

Таблица 1 – Средние показатели по основным методикам

	СЖО	CDRISC	Внушаемость	Инфостресс	SoAS	Локус	Анкета
Валидные	60	60	60	60	60	60	60
Пропущенные	0	0	0	0	0	0	0
Среднее	100,78	74,67	9,70	10,28	69,22	14,82	27,27
Медиана	100,500	75,00	10,00	11,00	69,50	15,00	28,00
Мода	91,00	73,00	4,00	4,00	58,00 ^а	15,00	28,00 ^а

а. Существует несколько модальных значений. Показано наименьшее значение

Таблица 2 – Распределение показателей по основным методикам

Уровень показателей основных методик	методики					
	Шкала чувств субъектности	Тест смысловых ориентаций	Шкала локуса контроля Роттера	«Шкала жизнестойкости Коннора – Дэвидсона»	Методика определения степени внушаемости	Методика диагностики информационного стресса
Высокий	33,3%	35%	35%	30%	25%	20%
Средний	50%	45%	45%	51,7%	41,7%	56,7%
Низкий	16,7%	20%	20%	18,3%	33,3%	23,3%

Корреляционный анализ, проведенный с использованием коэффициента r – Спирмена, между факторами, отражающими уровень субъектности, и факторами, описывающими уровень устойчивости показал, что устойчивость имеет особенно выраженную корреляцию с осмысленностью жизни, показателем субъектности, результативностью жизни, наличием целей и внутренним локусом контроля. Анализ данных показывает, что показатели внушаемости тем ниже, чем выше уровень субъектности, интернальности, осмысленности жизни. А уровень информационного стресса ниже всего у людей с высоким уровнем осмысленности жизни, интернальностью и наличием целей в жизни. Результаты представлены в таблице 3.

Эти данные подтверждают предположение о том, что развитая субъектность снижает восприимчивость к деструктивным информационным воздействиям, выступая основой для устойчивости личности при обработке информации.

Таблица 3 – Корреляционный анализ

		результат	процесс	Локус Я	Локус Жизни	Субъектность	Локус контроля	СЖО	Цели
Устойчивость	Кoeff. корреляции	,721**	,692**	,710**	,530**	,740**	,689**	,780**	,727**
	Знач. (двухстор)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Внушаемость	Кoeff. корреляции	-,657**	-,601**	-,669**	-,451**	-,747**	-,712**	-,748**	-,683**
	Знач. (двухстор)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
Информационный стресс	Кoeff. корреляции	-,630**	-,603**	-,634**	-,484**	-,680**	-,665**	-,719**	-,665**
	Знач. (двухстор)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60

Поскольку мы имеем достаточно много факторов, отражающих уровень субъектности, было принято решение провести факторный анализ. Когда мы попытались провести факторный анализ, методом главных компонент был выделен один фактор. Это говорит о том, что все показатели тесно связаны между собой и могут быть объединены в один фактор, который можно назвать «субъектностью».

Далее было решено выявить, какие факторы оказывают максимальное влияние на показатели субъектности. Для этого было решено провести регрессионный анализ. В результате регрессионного анализа было показано, что самым значимым коэффициентом, влияющим на фактор субъектности, обладает показатель осмысленности жизни. Бета-коэффициент в этом случае равен 0,528 для шкалы «Осмысленность жизни», «Теста СЖО». Результат представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Регрессионный анализ субъектности

	Модель	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Значимость
		B	Стандартная ошибка	Бета		
1	(Константа)	,910	,344		2,646	,011
	локус контроля	,179	,132	,193	1,362	,179
	Цели жизни	,140	,244	,160	,572	,570
	Осмысленность Жизни	,528	,175	,550	3,022	,004
	процесс	-,299	,193	-,333	-1,550	,127
	результативность	,344	,258	,392	1,331	,189
	локус Я	-,035	,160	-,040	-,219	,827

а. Зависимая переменная: субъектность

Интерпретируя результаты, можно утверждать, что личность с развитой субъектной позицией обладает способностью к критическому восприятию информации, осознанной оценке источников и регуляции эмоциональных реакций. Такая личность менее подвержена манипуляциям, поскольку ориентируется не на внешние стимулы, а на внутренние ценности и цели. Полученные результаты согласуются с теоретическими положениями С.Л. Рубинштейна, А.Г. Асмолова и К.А. Абульхановой о том, что субъектность является фундаментом автономного поведения и психологической устойчивости личности.

В то же время исследование выявило определённые ограничения. Поскольку выборка включала преимущественно взрослых пользователей цифровых медиа с высшим образованием, необходимы дальнейшие исследования на выборках подростков и молодых людей, более вовлечённых в социальные сети. Кроме того, интерес представляет изучение гендерных и профессиональных различий в структуре взаимосвязей субъектности и устойчивости.

Обобщая результаты, можно заключить, что субъектность личности выполняет роль центрального регулятора в системе психологической защиты от деструктивных информационных воздействий. Развитие субъектной позиции – важнейшее направление профилактики психологической уязвимости в условиях цифрового общества.

Выводы и заключение

Проведённое исследование позволило подтвердить гипотезу о наличии тесной взаимосвязи между уровнем развития субъектности личности и её устойчивостью к информационно-психологическому воздействию. Полученные результаты показали, что субъектность выступает ключевым внутренним ресурсом личности, обеспечивающим её психологическую стабильность, способность к саморегуляции и критическому восприятию информации в условиях цифровой среды.

Высокий уровень субъектности характеризуется выраженной осмысленностью жизни, интернальным локусом контроля и устойчивыми личностными ценностями, что способствует снижению внушаемости и повышает сопротивляемость манипулятивным воздействиям.

Психологическая устойчивость личности определяется не только когнитивными характеристиками, но и экзистенциальными – смысловой наполненностью, ответственностью и внутренней автономией.

Информационно-психологическое воздействие наиболее эффективно в отношении лиц с низкой рефлексией, внешним локусом контроля и недостаточной субъектной позицией, что подчёркивает необходимость развития субъектности как механизма психологической защиты.

Эмпирические данные подтвердили значимость корреляций между субъектностью, осмысленностью жизни, жизнестойкостью и интернальностью. Эти характеристики образуют единую систему, обеспечивающую способность человека сохранять внутреннюю целостность при воздействии внешних информационных факторов.

Научная новизна исследования состоит в эмпирическом обосновании субъектности как детерминанты устойчивости личности к информационно-психологическому воздействию, а также в определении её ключевых структурных компонентов – интернальности, осмысленности жизни и жизнестойкости.

Практическая значимость заключается в возможности применения полученных результатов при разработке образовательных и тренинговых программ, направленных на формирование медиаграмотности, развитие критического мышления, саморегуляции и психологической устойчивости в цифровой среде. Методологические положения исследования могут быть использованы в практике психологического консультирования, образовательной психологии и корпоративных тренингов по повышению устойчивости к манипулятивным воздействиям.

Перспективы дальнейших исследований связаны с расширением выборки, включением разных возрастных и профессиональных групп, а также с изучением динамики развития субъектности под влиянием цифровизации и социальных сетей. Особый интерес представляет исследование роли субъектности в профессиональной устойчивости, лидерстве и психологической безопасности в условиях интенсивной информационной нагрузки.

Таким образом, субъектность личности выступает системообразующим фактором психологической устойчивости и представляет собой важнейший психологический ресурс, обеспечивающий адаптацию, саморегуляцию и сохранение личностной целостности в быстро меняющемся информационном мире.

Библиография

1. Бернейс Э. Пропаганда / Эдвард Бернейс; Пер. с англ. – И. Ющенко. – М.: Нипро Publishing, 2010. – 176 с.
2. Достоевский Ф.М. Братья Карамазовы. – URL: <https://azbyka.ru/fiction/bratya-karamazovy/> (дата обращения: 11.11.2025).
3. Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях: Монография. М.: МИФИ, 2003. – 388 с.
4. Статистика «Использование интернета в России». – URL: <https://tass.ru/obschestvo/22882113> (дата обращения: 01.03.2025)
5. Elli Pariser The filter bubble. What the internrt is hidden from you/ The Penguin Press New York 2011. – URL: https://hci.stanford.edu/courses/cs047n/readings/The_Filter_Bubble.pdf (дата обращения: 01.03.2025)/
6. Li Z.-S., Hasson F. Resilience, stress, and psychological well-being in nursing students: A systematic review // Nurse Education Today. – 2020. – V. 90. – 104440.

7. Gordon Pennycook and David G. Rand. The Psychology of Fake News // Trends in Cognitive Sciences, May 2021, Vol. 25, No. 5. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>

8. Zuboff Shoshana/ The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power / New York : PublicAffairs, 2018.

Поступила в редакцию: 28.11.25

Принята к публикации: 20.01.26

PERSONAL AGENCY AS A DETERMINANT OF RESISTANCE TO INFORMATIONAL AND PSYCHOLOGICAL IMPACT IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

Yakimenko A.Yu.¹, Konstantinov A.E.²

¹Independent researcher

²Moscow State Institute of International Relations (University) Ministry of Foreign Affairs

Abstract

The article examines the relationship between the level of personal personal agency development and resilience to informational and psychological influence in the digital environment. The relevance of the study is substantiated in the context of increasing information flows and the advancement of manipulative technologies. A theoretical analysis of the concepts of personal agency, psychological resilience, and informational-psychological influence is presented. The empirical research was conducted on a sample of adult users of digital media. The following methods were employed: the Purpose-in-Life Test (D. A. Leontiev), the Connor–Davidson Resilience Scale (CD-RISC), Rotter’s Locus of Control Scale, the Suggestibility Assessment Method (V. V. Delarue, S. V. Klauczek), the Information Stress Scale, the Sense of Agency Scale (SoAS), and an author’s questionnaire assessing media literacy and self-perceived resistance to informational influences in the digital environment. The results showed that a high level of personal agency, particularly meaningfulness of life, positively correlates with psychological resilience and reduces susceptibility to informational and psychological influences. The obtained data confirm the hypothesis regarding the determining role of personal agency in ensuring personal resilience to destructive informational impacts.

Keywords

personal agency, psychological resilience, informational and psychological influence, media literacy, internal locus of control, meaningfulness of life, digital environment, manipulation of consciousness