

Научная статья

УДК 159.9

DOI: 10.22394/1682-2358-2025-1-103-115



Статья опубликована на условиях лицензии
Creative Commons Attribution 4.0
International License

СОВРЕМЕННАЯ ЛИЧНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ С ПОЗИЦИЙ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ

Лариса Николаевна МАКСИМОВА¹

Анна Валерьевна ФЕДОРОВА²

¹ Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина —
филиал РАНХиГС,
Саратов, Россия, larisa-maximova@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5657-604X>

² Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов,
Санкт-Петербург, Россия, 361955@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2875-3077>

Аннотация. В статье анализируются особенности развития информационного общества и пространства, а также приводятся характеристики современной личности. Информационное общество отличается высокими скоростями производства и воспроизводства информации, низкой степенью надежности и валидности, виральностью и вирусностью, особой темпоральностью. Современная личность вынуждена отвечать на вызовы информационного общества, реализуя стратегии по преодолению ложной экспертности, слепоты по невниманию, технологической усталости, низкой перцепции и конфликтогенности. Понимание социально-психологических особенностей личности позволяет повышать эффективность управления на личностном и организационном уровнях в условиях высокой неопределенности и энтропии.

Ключевые слова: современная личность, информационное общество, социальное, психологическое знание.

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Для цитирования: Максимова Л.Н., Федорова А.В. Современная личность в информационном обществе с позиций социально-психологического знания // Вестник Поволжского института управления. 2025. Т. 25, № 1. С. 103–115. <https://doi.org/10.22394/1682-2358-2025-1-103-115>

© Максимова Л.Н., Федорова А.В., 2025

Original article



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution 4.0
International License

MODERN PERSONALITY IN THE INFORMATION SOCIETY FROM THE STANDPOINT OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL KNOWLEDGE

Larisa N. MAKSIMOVA¹

Anna V. FEDOROVA²

¹ Povolzhsky Institute of Management named after P.A. Stolypin, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
Saratov, Russia,
larisa-maximova@yandex.ru,
<https://orcid.org/0000-0002-2875-3077>

² St. Petersburg University of Humanities and Social Sciences,
St. Petersburg, Russia,
361955@bk.ru,
<https://orcid.org/0000-0002-2875-3077>

Abstract. The article analyzes the features of the development of the information society and space, and provides the characteristics of modern personality. The information society is characterized by high rates of production and reproduction of information, a low degree of reliability and validity, virality and special temporality. Modern personality is forced to respond to the challenges of the information society by implementing strategies to overcome false expertise, inattention blindness, technological fatigue, low perception and conflictogenicity. Understanding the socio-psychological characteristics of a person makes it possible to increase the effectiveness of management at the personal and organizational levels in conditions of high uncertainty and entropy.

Keywords: modern personality, information society, social, psychological knowledge.

Conflicts of interest. The authors declare no conflicts of interest.

Contribution of the authors: all authors have made equivalent contributions to the publication.

For citation: Maksimova, L.N., Fedorova, A.V. Modern Personality in the Information Society from the Standpoint of Socio-Psychological Knowledge // The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration. 2025. Vol. 25, № 1. P. 103–115. <https://doi.org/10.22394/1682-2358-2025-1-103-115>

Введение. В современных условиях информационное общество стремительно развивается. Изменяются конфигурации доменов и сетевых взаимодействий, становясь более сложными для управления. Претерпевают изменения нормы сетевой и виртуальной культуры [1]. Общение приобретает более опосредованную форму. Нивелируется значимость времени и пространства. Происходит увеличение рисков и неопределенности личностных, коммуникационных, социальных взаимодействий. Усложняются социальные процессы, структуры, трансформируются институты. Конституируется информационное общество, базирующееся на трансформациях медийного и интернет-пространства [2]. Возникает множество противоречий, связанных с личностью, ее мышлением и установками, ценностями и действиями, коммуникациями и рефлексивными практиками. Именно поэтому важно выявить социально-психологические особенности современной личности и определить возможности основных направлений ее совершенствования в информационном обществе, требующего, в свою очередь, уточнения основных параметров.

Методы и материалы исследования. Теоретическим основанием информационного общества является концепция Э. Кастельса, в которой описаны структурные компоненты, особенности и функции информационного общества [1]. Н. Луман, анализируя медийное пространство в качестве составной части информационного пространства, особое внимание уделял деятельности СМИ [2]. Г. Ловинк разработал критическую теорию Интернета и описал феномен «усталости от интернет-взаимодействий» [3]. Л.Н. Максимова концептуально обосновывает динамику PR-сферы в цифровую эпоху [4; 5]. Для данного исследования важны также концептуальные наработки из сферы личностной и социальной психологии.

Формирование коммуникативных взаимодействий. Информационное общество и его особенности, достаточно подробно рассмотренные Э. Кастельсом, включает такие характеристики, как производство и воспроизводство информации, избыточность информационного пространства, его четкая иерархичная организованность и структурированность [1]. Основанием информационного общества является информационное пространство, закономерности его функционирования и развития. В информационном пространстве существуют узлы, кластеры взаимодействий. Доступ к ним означает доступ к ресурсам информационного общества и возможность занимать более высокую статусную позицию. Чем больше ресурсов может аккумулировать личность в собственных руках, тем больше возможностей для нее откры-

вается в реализации функциональной и ролевой принадлежности, в выстраивании более эффективных социальных взаимодействий. В связи с этим изменяются существенные характеристики социального начала, которое можно определить через количество и качество взаимодействий множества современных личностей в информационном пространстве, через обмен ценностями. Сети взаимодействий выстраиваются на основе раскрытия потенциала многообразных социальных ролей, функций, позиций и манипулятивных стратегий. Логика информационного пространства предполагает доминирующее использование манипулятивных практик. На эту особенность указывал Н. Луман при описании реальности массмедиа. Исследователь отмечал, что СМИ манипулируют сознанием целевых аудиторий, предполагая, что они знают об этих манипуляциях [2].

Современная личность — телеологична. Цель, определяемая как образ желаемого результата, выступает в роли важного структурного элемента деятельности личности, мотивирует ее в информационном обществе. В собственных целевых установках и активных действиях, ориентированных на потребности, личность оказывается и ценностно ориентирована, то есть осознает, упорядочивает и транслирует собственные ценности. Ценности, в свою очередь, являются не только элементом структуры личности, но и необходимыми условиями ее деятельности. Обмен ценностями в информационном пространстве возможен благодаря интеграции ценностных структур гетерогенных личностей. При этом интегративные процессы базируются не на принципе схожести / несхожести ценностей и ценностных установок личности, а на принципе дополнительности. Принцип дополнительности означает: то, «что есть у тебя» (продукт, услуга, решение, информация), ценно и важно для меня. И наоборот, то «что есть у меня», является ценным и важным для тебя. Тогда происходит равноценный обмен между свободными в своих выборах и принимаемых решениях личностями.

Такие интегративные процессы, связанные с многочисленными ценностными обментами между личностями, формируют и развивают сложность информационного пространства. Интеграция личностей на основе ценностей представляет собой систему, находящуюся в динамическом равновесии [6]. Основные элементы личностного равновесия: личность в роли субъекта и объекта ценностного обмена, иерархично выстроенные цели и потребности, ситуативные характеристики, многочисленные искажения, контур обратной связи, проблематизация (противоречие между желаемым и реальным) и процессы принятия решений.

С другой стороны, личность представляет собой усредненный субъект информационного пространства, главными стратегиями которого являются неселективное восприятие инфо-контента, быстрое потребление информации, нивелирование целевого вектора восприятия, размытые ценностные установки, временной лаг между получаемой информацией и осуществляемыми действиями, опосредованные коммуникации. Современная личность не может в полной мере критично воспринимать поступающую информацию. Просматривая многочисленные локации, личность нередко не способна отследить ее достоверность, ясность и четкость. Очевидно, что большое количество информационного контента связано с реализацией маркетинговых стратегий по продвижению конкретного товара (услуги). Личность оказывается захваченной «ловушками» маркетинга и рекламы. Отказываясь от экспертности, опирающейся на критическое мышление, она создает и поддерживает «ложную экспертность». Возникает вопрос об активной (пассивной) роли личности в процессах формирования и развития ложной экспертности. Часто этот вид экспертности навязывается личности ситуативными факторами и обстоятельствами. Во многом это происходит благодаря низкому уровню самоопределения и слабо построенному целевому вектору личности. В ее деятельности становятся доминирующими цели и задачи других субъектов информационного пространства — рекламистов, маркетологов и социальных систем, которые они успешно выстраивают и продвигают в рыночном пространстве информационного общества.

Личность пассивно потребляет информационный контент, который создают другие. Структурные компоненты деятельности — цели, потребности, интересы, ценности не рефлексированы самостоятельно. Они становятся результатом маркетинговых и рекламных коммуникационных взаимодействий. В качестве профилактических мероприятий можно предложить вхождение в информационное пространство с вполне осознаваемыми целями и задачами, вытекающими из жизненной ситуации личности (повседневной реальности). В этом случае факторы вхождения оказываются связанными с факторами, условиями и обстоятельствами деятельности самой личности. Личность активно формирует и трансформирует их под влиянием внутренних потребностей, мотивов, интересов, значимых проблемных ситуаций, способных выступать в роли внешних вызовов по отношению к ней.

Это представляет определенную трудность в условиях необходимости быстрого потребления информации в виртуальном пространстве. Быстрое информационное потребление тесно связано с непре-

рывным скроллингом различных локаций. В этом случае личность не успевает отрефлексировать собственные цели и осуществляет в большей степени реактивные стратегии во взаимодействиях с сетевыми пользователями [7]. Реактивные стратегии основаны на биохевиористических традициях, связанных с реагированием на многочисленные стимулы, доносящиеся от других пользователей системы информационного пространства.

Характер таких коммуникационных взаимодействий влияет на формирование ценностных установок. Если рассматриваются содержательные характеристики информации, то ценной становится простая, ясная, структурированная информация. При обращении к объему информационного контента он должен быть небольшим (200–500 слов), тогда читающий не устанет в процессе чтения и не потеряет к нему интерес. Современная личность, с одной стороны, потребляет огромное количество разноплановой информации, а с другой стороны, информация носит поверхностный характер. Для более глубокого осмысления не хватает времени (необходимо прочитать как можно быстрее для того, чтобы перейти к следующему контенту), сосредоточенного внимания (инфоблоки скорее просматриваются, чем осмысливаются), волевых усилий (личность не успевает интегрировать поступающую информацию в структуры опыта), направленного мышления (личность может слабо осуществлять анализ, синтез и сложный синтез).

Перестают быть ценными рефлексивные процессы, связанные с осознанием, переосмыслением и совершенствованием собственной деятельности. Особую значимость приобретает развлекательный контент, который в большей степени обладает вирусной природой. Вирусность позволяет стремительно создавать психические образы и распространять их [3]. Виральность развлекательного контента позволяет ему быстро распространяться в информационном пространстве и закрепляться в психике человека, многократно воспроизводя себя и занимая большие объемы памяти. Остаются открытыми вопросы, затрагивающие надежность информации и способы ее извлечения, а также использования, источники получения информации, критерии, согласно которым отбирается информация и систематизируется.

Заслуживает внимания способность переключения с одного объекта восприятия на другой. В рамках диспутируемых вопросов в научном сообществе находится распределение внимания между множественными задачами и целями. Процессы переключения внимания обсуждаются в рамках проблемы многозадачности, определяемой как способность современной личности переключаться между множественными задачами.

В основании многозадачности лежит феномен когнитивной гибкости, которая включает следующее:

- способность быстро отбирать из ментального лексикона слова, которые соответствуют ролям и ситуациям;
- быстро адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям и правилам;
- эффективно переключаться с задачи на задачу.

Когнитивную гибкость необходимо развивать, что практикуется в финской национальной системе образования, где постоянно изменяются условия обучения. Может изменяться состав и численность групп обучающихся, конфигурация пространства и его дизайн. Такой подход позволяет развивать адаптивные стратегии личности на ранних этапах ее развития, последующих этапах обучения, взросления [8].

Многозадачность во многом оказывается связанной с полихромным и монохромным режимами функционирования. Полихромный режим функционирования можно определить как способность личности осуществлять множество параллельных действий, переключая внимание с одного на другое. Монохромный режим, напротив, проявляет себя через последовательность совершаемых действий. Способность к полихромному и монохромному режимам необходимо развивать. В современных условиях личность многозадачна, и доминирующий режим функционирования — полихромен.

Альтернативные обсуждения. В информационном пространстве остается нерешенным вопрос разграничения частной и публичной сфер деятельности личности. Согласно позиции большинства ученых, это решение остается за каждой конкретной личностью. Личность в качестве субъекта информационного общества на основе собственных критериев, опыта, многочисленных интерпретаций принимает решение об открытости того или иного частного контента. В публичное пространство информационного общества вбрасывается та информация, которую личность решается представить на всеобщее обсуждение. Все в большей степени проявляют себя такие особенности личности, как демонстративность и негативизм в оценках инфо-событий. Современная личность в информационном обществе утрачивает способность быстро и точно оценивать последствия собственных действий и действий окружающих. Во многом это обстоятельство обусловлено высоким уровнем неопределенности и быстрыми, непрерывными изменениями, происходящими в информационном пространстве. С другой стороны, причиной может быть и позднее взросление современной личности (ВОЗ подняла границы подросткового возраста до 22 лет). Тогда эта

способность оказывается тесно связанной с аналитическими навыками, способностью нести ответственность за собственные действия, готовностью к последствиям.

В коммуникационных взаимодействиях можно заметить временной лаг, когда на сообщения отвечают в удобный момент, в соответствующем состоянии. Личности не нужно выдерживать напряжение непосредственного общения, она может выбрать момент коммуникации. Коммуникации в большей степени носят опосредованный характер. В роли посредников выступают различные виды гаджетов, приложений и экосистем, которые выступают продолжением тела и психики, сознания современной личности.

Общение в информационном обществе носит преимущественно субъективно-объективный характер. В этом проявляется стратегия восприятия другого в качестве объекта для успешной реализации собственных действий [7]. Другой субъект выступает не в роли равноценного партнера по общению, а в роли объекта для достижения поставленных целей. При этом разрушаются структурные компоненты деятельности — происходит интенсивный обмен информацией, но при этом не формируется общность, не осуществляется ценностный обмен — один из компонентов общения в информационном пространстве. В процессе обмена ценностями могут быть сформированы общие цели, задачи, шаги по реализации поставленных задач и принятых решений, ценности и результаты деятельности.

Следует отметить, что ценностный обмен представляет собой свободный и равный обмен рыночными продуктами или услугами. Создание, поддержание и трансформация общности в процессе взаимодействия между личностями информационного пространства позволяет выстроить диалог — вторую основную компоненту общения. Современная личность инициирует малоэффективные процессы, связанные с формированием и совершенствованием диалоговых структур.

Личность не обладает для этого необходимыми компетенциями, а именно:

- честностью, которую можно определить как совпадение внутреннего и внешнего планов действий;
- открытостью — способностью получать информацию на основе непрерывного мониторинга внутренней и внешней среды личности, отслеживать и отбирать ключевую, а также приоритетную информацию для принимаемых решений;
- способностью и готовностью быть уязвимой в межличностном общении, опираться на истинные мотивы и потребности, реализовывать собственные интересы и ценности в соответствии с иерархией;

— способностью использовать эффект синергии, при котором общение с помощью выстраивания диалога в целом превосходит сумму отдельных частей создающегося диалога;

— активным использованием принципов нелинейности и непропорциональности, когда малое воздействие может привести к колоссальным результатам.

Возникает и активно поддерживается на различных уровнях общения (межличностном, организационно-управленческом, межорганизационном, государственном, межгосударственном и глобальном) прагматичная установка личности, которая проявляется в достижении ситуативных результатов. Ситуации, в которых оказывается личность, достаточно быстро меняются в соответствии с изменяющимися факторами, условиями и обстоятельствами ситуаций более широкого контекста. Критичные изменения ситуативных характеристик могут приводить к изменению типа конкретной ситуации. Ситуация может трансформироваться из рутинной в кризисную или катастрофичную. Ситуативную динамику важно отслеживать на основе непрерывного мониторинга среды. Поскольку большее внимание уделяется ситуативным факторам, условиям и обстоятельствам, то это приводит к значительному сужению перспективы процесса общения между личностями информационного пространства.

С одной стороны, отсутствие или низкий уровень перцепции субъектов общения снижают эффективность взаимодействия. Участники процесса общения не способны сопереживать, сочувствовать, включаться эмоционально в ситуацию партнера по общению [9]. Они, напротив, стремятся отстраниться от эмоциональных составляющих общения, дистанцироваться от них. Субъекты взаимодействий оказываются не готовы к открытости, высокому уровню неопределенности, к уязвимости перед партнером по общению.

С другой стороны, формируется особый вид перцепции, при которой чувственное восприятие акцентируется на каком-то одном чувстве или эмоции. Наиболее часто к таким эмоциям относятся злость, гнев, раздражение. Формируется конфликтная перцепция, опирающаяся на внутренний чувственно-эмоциональный конфликт и проявляющийся в реальной ситуации в форме конфликта общения. Ряд исследователей обращают внимание на «технологическую усталость» [3, с. 34–35]. Этот феномен связан с отказом современной личности обсуждать технологии. Она не замечает и не рефлексировывает их. Интериоризация технологической сферы привела к глобальной перестройке личностных структур (психических процессов и состояний). Во-первых, увеличилось количество элементов, с которыми оперирует психика. В роли

таких элементов могут выступать приложения, экосистемы, домены, локации социальных медиа. Во-вторых, происходит упрощение пользовательских стратегий, упрощение психической жизни личности.

Рост энтропии информационного пространства, связанной с многократным увеличением количества информационного контента, систематизируется в формате коллажного структурирования и переструктурирования. Коллажность позволяет констатировать малую связанность нарративов и практик пользователей сетевых взаимодействий. Энтропия информационного пространства рекурсивна росту внутренней энтропии личности. Современная личность создает, воспроизводит и транслирует многочисленные мало связанные между собой нарративы. К ним можно отнести наиболее распространенные рассказы о личной и профессиональной жизнедеятельности, истории успехов и достижений, отчаяния и провалов.

Особенности личности в информационном обществе — темпоральные характеристики — заключаются в нивелировании значения биологического времени, по этой причине трансформируется понятие социального времени, изменяются временные модусы и увеличиваются скорости передачи данных, проживания событийного ряда, вследствие чего доминирующей моделью времени становится дефицитарная модель. В современной модели темпоральности происходит нивелирование приоритетных целей и задач личности. Она выполняет необходимые функциональные обязанности и оказывается захваченной повседневными обязанностями. Расстановка целей и задач в соответствии с приоритетами требует рефлексии, времени для аналитики. Когда личность находится в рефлексивном плане, время текущей деятельности приостанавливается. В дефицитарной модели времени для рефлексии нет [10]. Приоритеты выстраиваются в соответствии с ситуативными характеристиками, логикой развития ситуации, в которой находится личность. События настоящего скомпресированы: в большинстве случаев на выполнение поставленной задачи отводится меньше времени, чем того требует содержание этой задачи.

Информационное общество нивелирует значимость биологического времени, стремясь включить современную личность в непрерывные процессы потребления, обработки и передачи информационного контента. Для работы с контентом создаются и многократно воспроизводятся продающие нарративы, имеющие вирусную природу распространения. Конкурирующие между собой нарративы борются за внимание личности. М. Фаликман в работе «Парадоксы зрительного внимания: эффекты перцептивных задач» рассматривает ряд экспериментов У. Найссера и Р. Бекмана, одним из результатов которых

стал феномен «слепоты по невниманию». В рамках анализа особенностей процессов восприятия нарративов этот феномен заключается в следующем: если по отношению к одному нарративу актуализирована схема и запущен перцептивный цикл, то другие нарративы просто не воспринимаются [11, с. 33–35].

Нарративность и виральность информационного пространства становятся основаниями для социального, проявляющегося в сетевых взаимодействиях личности. Социальное в информационном обществе проявляет себя через сети связей и отношений, создавая сложные по своей связанности коммуникационные системы. Изменения социального приводят к изменениям социального времени. Оно обуславливается темпоритами сетевых взаимодействий, когда личности для успешной социальной реализации необходимо быть включенной в графики планирования и распределения рабочего и свободного времени. Эти графики отличаются гибкостью, пластичностью и высокой степенью неопределенности. Такие проявления темпоральности коррелируют с изменениями временных модусов, когда исчезает прошлое и будущее и остается вечно длящееся настоящее. В настоящем информационного общества высокая скорость осуществляемых действий, происходящих событий, которые необходимо отслеживать, успевать рефлексировать и активно участвовать в них.

В стремлении как можно быстрее выполнить поставленную задачу личность опирается на дефицитарную модель времени. Основными особенностями этой модели являются установка: «времени слишком мало для того, чтобы осуществить все необходимые действия». Использование этой модели провоцирует возникновение стрессовых ситуаций и невротических проявлений личности, снижает качество выполняемых задач и жизни личности в целом.

Современная личность вовлечена в многочисленные творческие процессы, которые встроены и коррелируют с нормами национальной и универсальной организационной культуры. Проявляя творческое начало, современная личность сталкивается с многочисленными конфликтами и успешно управляет ими. К основным противоречиям коммуникативной среды, способным породить межличностные конфликты, можно отнести спокойное и расслабленное состояние и напряжение самой среды, пронизательность и наивность, склонность к игре, легкомысленности и дисциплинированности, воображение и логичное осознание реальности, экстраверсивность и интроверсивность, вовлеченность и отстраненность, скромность и гордость за себя, за свои достижения и ряд других [12].

Заключение. Таким образом, современная личность отличается определенными социально-психологическими особенностями, проявляющимися в условиях информационного общества, которое приобретает ряд параметров, обусловленных развитыми сетевыми взаимодействиями, производством и воспроизводством информационного контента, ненадежностью получаемой информации, виральностью и нарративностью, особой темпоральностью. Эти особенности являются вызовами по отношению к современной личности. Отвечая на них, личность становится творческой и конфликтогенной, ориентированной на опосредованные коммуникации в настоящем, действует в дефицитарной модели времени, обладает слабой рефлексивностью и высокой «технологической усталостью». Понимание особенностей современной личности и ситуации, связанной с развитием информационного общества, позволяет осуществлять эффективные управленческие практики, снижая риски и неопределенность.

Список источников

1. *Кастельс Э.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 651 с.
2. *Луман Н.* Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005. 256 с.
3. *Ловинк Г.* Критическая теория интернета. М.: Ад Маргинем Пресс, 2024. 254 с.
4. *Максимова Л.Н.* Влияние корпоративных ценностей на процесс формирования организационной культуры // Вестник Поволжского института управления. 2024. Т. 24, № 4. С. 66–73. DOI: 10.22394/1682-2358-2024-4-66-72. EDN: PPISBN.
5. *Максимова Л.Н., Федорова А.В.* Риски PR-сферы в эпоху цифровизации // Вестник Поволжского института управления. 2022. Т. 22, № 6. С. 72–82. DOI: 10.22394/1682-2358-2024-4-66-72. EDN: PPISBN.
6. Управление коммуникациями в эпоху цифровизации: кол. авт. / под ред. Н.Б. Зазаевой. Саратов: Саратовский источник, 2020. 202 с.
7. *Федорова А.В.* Профессиональная этика и психология делового общения. М.: КНОРУС, 2023. 220 с.
8. Самоизменения личности: Проблемы, модели, исследования: / Н.В. Гришина, В.Р. Манукян, И.Р. Муртазина. СПб: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2022. 348 с.
9. *Гамезо М.В., Герасимова В.С., Машурцева Д.А., Орлова Л.М.* Общая психология / под ред. М.В. Гамезо. М.: Ось -89, 2007. 352 с.
10. *Будиль И.* Десять размышлений о времени. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2006. 136 с.
11. *Фаликман М.* Парадоксы зрительного внимания: эффекты перцептивных задач. М.: ИД «ЯСК», 2018. 264 с.
12. *Чиксентмихайи М.* Креативность. Поток и психология открытий и изобретений. М.: Карьера Пресс, 2017. 528 с.

Сведения об авторах

МАКСИМОВА Лариса Николаевна,
доктор социологических наук,
профессор кафедры
социальных коммуникаций
Поволжского института управления
имени П.А. Столыпина –
филиала РАНХиГС,
Саратов, Россия
larisa-maximova@yandex.ru

ФЕДОРОВА Анна Валерьевна,
кандидат философских наук, доцент
кафедры социальной психологии
Санкт-Петербургского
гуманитарного университета
профсоюзов,
Санкт-Петербург, Россия
361955@bk.ru

Статья поступила в редакцию
08.09.2024

Одобрена после рецензирования
10.11.2024

Принята к публикации
13.01.2025

The author

Larisa N. MAKSIMOVA,
Doctor of Sciences (Sociology),
Docent at the Social Communications
Department, Povolzhsky Institute
of Management named
after P.A. Stolypin,
Branch of the Russian Presidential
Academy of National Economy
and Public Administration,
Saratov, Russia
larisa-maximova@yandex.ru

Anna V. FEDOROVA,
Candidate of Sciences (Philosophy),
Docent at the Social Psychology
Department,
St. Petersburg University
of Humanities and Social Sciences,
St. Petersburg, Russia
361955@bk.ru

The article was submitted
08.09.2024

Approved after reviewing
10.11.2024

Accepted for publication
13.01.2025