

## КИБЕРПСИХОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ В СОВРЕМЕННОМ ГОСУДАРСТВЕ



**Максим Владимирович Яковлев,**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
Москва, Россия,  
maxvuz@mail.ru

*Получена 21.12.2023.*

*Поступила после рецензирования 22.04.2024.*

*Принята к публикации 24.05.2024.*

**Для цитирования:** Яковлев М.В. Киберпсихология управления массовым сознанием в современном государстве // Дискурс-Пи. 2024. Т. 21. № 3. С. 42–59. [https://doi.org/10.17506/18179568\\_2024\\_21\\_3\\_42](https://doi.org/10.17506/18179568_2024_21_3_42)

### Аннотация

Цель статьи состоит в определении базовых киберпсихологических аспектов политико-государственной деятельности в процессах управления массовым сознанием. Автор обосновывает целесообразность использования понятия массового сознания применительно к цифровой среде современного государства, уточняет это понятие с учетом последних открытий в нейронауке и киберпсихологии, что представляет научную значимость. При помощи сделанного по гайду PRISM систематического обзора литературы последних пяти лет выявляются основные факторы, влияющие на формирование специфики массового сознания в условиях цифровизации (совмещение и взаимопроникновение материальной, виртуальной, дополненной реальностей; уникальное соединение в процессе использования информационно-коммуникационных технологий двух разнонаправленных типов психической деятельности – опосредованной и опосредующей; оформление информационно-коммуникационных технологий в один из ведущих факторов коренного перестроения процесса опосредования и рождения новых форм психической деятельности и со-

© Яковлев М.В., 2024



циального взаимодействия), выделяются специфические черты трансформируемого цифровизацией массового сознания (синтез более выраженной потребительской установки на получение личных положительных эмоций и аффектов с менее явной альтруистической ориентацией на общественно полезную деятельность; детерминированный киберсредствами рациональный выбор поведенческой стратегии и сознательный контроль над эмоциональным состоянием; фрагментированность и поляризованность; нарастающая однородность, замкнутость, невосприимчивость к мнению оппонентов и предвзятость в социальных группах его носителей; киберрадикация; склонность к манипулированию и предрасположенность к воздействиям такого рода). Делается имеющий практическую значимость вывод о том, что базовые киберпсихологические аспекты политико-государственной деятельности в процессе управления массовым сознанием состоят в определении и диагностике проблем массового сознания в киберпространстве, внедрении технологических решений, нацеленных на коррекцию психических процессов, на создание тех или иных психических состояний в киберпространстве в масштабах всего государства, а также в проведении оценки эффективности полученных результатов.

Ключевые слова:

государство, Интернет, информационные технологии, киберпсихология, теории сознания, массовое сознание, общественное мнение, цифровизация, цифровые средства

UDC 321.6/.8

DOI 10.17506/18179568\_2024\_21\_3\_42

## CYBERPSYCHOLOGY OF MASS CONSCIOUSNESS MANAGEMENT IN THE MODERN STATE

**Maksim V. Yakovlev,**

Lomonosov Moscow State University,  
Moscow, Russia,  
maxvuz@mail.ru

*Received 21.12.2023.*

*Revised 22.04.2024.*

*Accepted 24.05.2024.*

**For citation:** Yakovlev, M.V. (2024). Cyberpsychology of Mass Consciousness Management in the Modern State. *Discourse-P*, 21(3), 42–59. (In Russ.). [https://doi.org/10.17506/18179568\\_2024\\_21\\_3\\_42](https://doi.org/10.17506/18179568_2024_21_3_42)

## Abstract

The purpose of this article is to identify the fundamental cyberpsychological aspects of political and state activity in the context of managing mass consciousness. The author argues for the relevance of applying the concept of mass consciousness in relation to the digital environment of contemporary states, and refines this concept based on recent findings in neuroscience and cyberpsychology, highlighting its academic significance. Employing the PRISM guide, the author conducts a systematic review of the literature from the last five years to uncover the primary factors influencing the formation of mass consciousness in the era of digitalization. These factors include the interplay and blending of material, virtual, and augmented realities; the unique relation between two opposing types of mental activities – mediated and mediating – during the use of information and communication technologies; and the design of these technologies as crucial elements in radically transforming the mediation process, giving rise to new forms of mental activity and social interaction. The article also emphasizes the specific characteristics of mass consciousness as it is transformed by digitalization, such as a blend of heightened consumerism attitude focused on personal positive emotions with a less apparent altruistic orientation towards socially beneficial activities; a rational approach to behavioral strategies influenced by cyber tools and conscious emotional regulation; the fragmentation and polarization, leading to greater homogeneity, isolation, indifference towards opposing news, and biases among their members; cyber addiction and propensity for manipulation and susceptibility to such influences. The conclusion, which holds practical implications, asserts that the essential cyberpsychological aspects of political and state activity in mass consciousness management involve identifying and diagnosing mass consciousness issues in cyberspace, introducing technological solutions aimed at correcting mental processes, and creating specific mental states throughout the state's cyberspace, and evaluating the effectiveness of these interventions.

## Keywords:

government, Internet, information technology, cyberpsychology, theories of consciousness, mass consciousness, public opinion, digitalization, digital media

**Введение**

Вот уже более века шедевр Е. Замятина «Мы», положивший начало мощной литературно-философской традиции, унаследованной О. Хаксли («О дивный новый мир»), Дж. Оруэллом («1984»), К. Воннегутом («Механическое пианино»), В. Набоковым («Приглашение на казнь») и другими выдающимися писателями, служит ярчайшим художественным подтверждением непреходящей актуальности проблемы массового сознания. Ее научное исследование оформилось, пожалуй, в отдельную отрасль знаний: только за последние пять лет на портале eLibrary по ее тематике размещено более 750 статей и книг на русском языке. В них отчетливо прослеживаются три наиболее крупных направления, разрабатывающиеся с 1930-х гг.: технологии и механизмы управ-

ления массовым сознанием (пропаганда, агитация, фрейминг); формирование мировоззрения, исторической памяти, идентичности (включая создание нарративов, ценностей, мифов, стереотипов, образов); роль медиа в воздействии на массовое сознание. В последнее время вырисовывается относительно новая траектория – исследование трансформации психических процессов, состояний, свойств, происходящих под влиянием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и электронных устройств, а также выявление порожденной этими изменениями специфики массового сознания, функционирующего в киберпространстве. Серьезная и внушительная работа на этом предметном поле делается, например, авторами ставшего весьма авторитетным журнала «Кибер психология» (“Cyberpsychology”; присвоен второй квартиль в базе данных WoS, первый квартиль – в Scopus), который с 2007 г. выпускается в Масариковском Университете (Брно, Чехия). Схожие вопросы в России с 2015 г. рассматриваются в электронном научно-публицистическом журнале “Номо Cyberus”. Вместе с тем политико-государственное измерение тематики пока не вполне освещено и мало изучено. Остаются нерешенными и нарастают многие трудности, актуализировавшиеся как на заре электронной эры, так и совсем недавно. К таковым, например, относятся: ослабление восприятия авторитета в условиях глобализации и электронных коммуникаций; неуклонное снижение доверия к государству вкуче с возникшей в эпоху телевидения способностью бессознательного игнорирования правительственной информации; изменения в психических функциях, происходящие под влиянием гипертекстового информирования; превращение Интернета в театр кибервоенных действий и ожесточение информационной борьбы за умы в киберпространстве. И здесь полезными оказываются методы и выводы киберпсихологии, без которых сейчас вряд ли возможна разработка эффективных государственных стратегий и программ формирования массового сознания для сохранения общественной консолидации и национального единства. Поэтому цель статьи – определить базовые киберпсихологические аспекты политико-государственной деятельности в процессе управления массовым сознанием.

Для достижения цели был проведен направленный на выявление как можно большего количества научных текстов по теме исследования (Kitchenham, 2004) систематический обзор литературы по рекомендации (гайду) PRISM (Moher et al., 2009). Выборка составлена из 64 журнальных статей, опубликованных в журнале «Киберпсихология», а также размещенных в научной электронной библиотеке «eLibrary» с 2019 по 2023 г. Поисковые слова – Интернет, киберпсихология, массовое сознание, цифровизация. Для улучшения качества поиска использовалась альтернативная исследовательская стратегия: посредством Google Scholar просматривались списки литературы тех статей, в которых цитировались публикации из выборки. Тексты отбирались на основании анализа названия и аннотации при условии уделения основного внимания влиянию киберсредств на трансформацию психических явлений в массовом масштабе и опоры на качественные и количественные исследования. С помощью исследования удалось обобщить существующие данные по теме настоящей статьи, определить специфику массового сознания в киберпространстве, наметить новые направления исследований.

## Массовое сознание как базовая категория

Вначале необходимо обосновать выбор понятия «массовое сознание». В зарубежной научной литературе предпочитают понятие «общественное мнение», о трудностях которого не один десяток лет идет полемика, отраженная У. Липпманом в одноименном труде. Например, Р. Нисбет указал на то, что «люди как таковые не являются общественностью» и сравнил их мнение с морской пеной, тем самым признав проблематичность определения общественного мнения, которое на практике чаще всего означает только сумму того, что думают отдельные люди по какому-либо вопросу (Nisbet, 1982, p. 251). Более оптимистичен взгляд Ю. Хабермаса, признающего возможность оформления компетентного общественного мнения, однако, при условии публичного критического осмысления социальной сферы и ее ключевых вопросов (Habermas, 1991, p. 88), что делается прежде всего с помощью независимых массмедиа, служащих не капиталу, а общему благу, обеспечивающих свободный информационный обмен и рост гражданской сознательности. Последнее превращает создание общественного мнения в очень сложную задачу. Например, в США почти все СМИ сосредоточены в пяти-шести медиаконгломератах (их манипуляторская деятельность анализируется с 1970-х гг. Г. Шиллером и др. (Шиллер, 1980)). В ряде других стран средства массовой коммуникации находятся под полным контролем системы власти, не допускающей инакомыслия. Информационное давление корпораций и правительств происходит на фоне более глубоких и масштабных процессов социальной отчуждения, эмоциональной изоляции, дегуманизации, тотального распространения массовой культуры потребления, серьезно затрудняющих формирование критического мышления и компетентного общественного мнения.

Кроме того, есть крупная когнитивно-психологическая проблема: не ясно, действительно ли люди способны по-настоящему постигать содержание и смысл новой информации. Так, Э. Гринвальд и Банайи утверждают, что когнитивная реакция человека при получении каких-либо сведений сводится к процессу сопоставления в сознании собственного скрытого сообщения, которое полностью соответствует полученным сведениям (Greenwald, Banaji, 1989). Впрочем, ряд исследователей (Tan, 1985; McGuire, 1973; Novland et al., 1953; Lewin, 1968) считают, что люди способны понимать значения новых сообщений, приспособив свое мнение к принятым в группе представлениям. Если это верно, то рушатся наши надежды на создание осмысленного общественного мнения в ходе делиберации<sup>1</sup> и/или других процедур такого же типа.

В российской научной литературе часто используется понятие «общественное сознание». Пожалуй, наиболее масштабная из посвященных ему публикаций за последние годы – это сборник Института социологии РАН «Разум на распутье. Общественное сознание между прошлым и будущим», в котором среди прочего рассматривается влияние ИКТ и сетевых коммуникаций на сознание россиян в современных условиях. Особый интерес здесь представляет

<sup>1</sup> Под делиберацией нами понимается переговорный процесс, ведущий к достижению согласия по определенным вопросам между всеми его участниками.

определение заглавного понятия, по которому у авторов сложился консенсус: «Исторически сложившаяся совокупность ценностных установок и ориентаций, свойственная каждой более или менее оформившейся национальной или национально-государственной общности» (Красин, 2017, с. 161). Действительно, рассматриваемый термин обладает сложившейся исследовательской традицией и хорошо разработан. Вместе с тем понятие общественного сознания прочно связано с марксистской теорией и потому может восприниматься идеологически окрашенным.

Для снятия этих и других трудностей целесообразным представляется использование понятия «массовое сознание». Оно нейтрально и удовлетворяет требованиям систематичности и эксплицитности, предъявляемым к научным теориям. В этом словосочетании прослеживается четкая связь с обстоятельно изученными явлениями и отражающими их категориями, прочно вошедшими в лексикон социальных наук, включая политологию: «массовое общество», «массовая коммуникация», «массмедиа», «массовое поведение». На первом семантическом плане в нем находится значение воспроизведения большим количеством людей, показатель масштабности и распространенности среди максимального числа граждан. Кроме того, оно базируется на сохраняющих свою актуальность фундаментальных положениях о специфике масс, сформулированных Х. Арендт («изоляция и нехватка нормальных социальных взаимоотношений») (Арендт, 1992), Х. Ортегой-и-Гассетом («беспрепятственный рост жизненных запросов» и «врожденная неблагодарность ко всему, что сумело облегчить жизнь») (Ортега-и-Гассет, 2002, с. 57). В нем учитывается единообразный и консолидирующий характер информационной (пропагандистской и агитационной) государственной политики, направленный сразу на всю совокупность граждан с целью создания/поддержания национального единства, общей системы интересов и ценностей<sup>2</sup>. И, пожалуй, последнее – обращение к феномену сознания позволяет привлечь последние достижения нейронауки и философские концепции сознания, особенно, информационные и вычислительные.

В данной статье понятие «массовое сознание» определяется как упорядоченный набор ментальных образов, наиболее часто воспроизводимый среди представителей крупных социальных групп (граждан в целом) в государстве.

В концептуальной призме нейронауки массовое сознание можно рассматривать как совокупность типизированных и деперсонализированных нейронных паттернов (соответственно, ментальных образов в виде шаблонов, стереотипов, установок), наличествующих в мозгу у большинства граждан и определяющих их психические процессы, состояние, а также социальное поведение. Например, модель сознания А. Дамасио описывает взаимосвязи между нейронной активностью, психикой и поведенческими реакциями. При этом ментальные образы обрабатываются благодаря наличию «самости», эмоциям и переживаниям в целях, определяемых фундаментальной биологической ценностью (сохранение

<sup>2</sup> В отличие от коммерческих корпораций, ориентирующихся на целевые аудитории, адресные группы, заинтересованные стороны с соответствующим разделением каналов коммуникации, форм и языка сообщений.

жизни и управление жизненными процессами в пределах гомеостаза) (Дамасио, 2018, с. 44–79).

Это видение соответствует принятому в социальной нейронауке, когнитивной психологии и вычислительных теориях сознания «компьютерно-метафорическому» рассмотрению человеческого мозга как специфической информационно-вычислительной нейронной системы с возможностями мобильного широкополосного соединения с аналогами. Этот механизм, точнее, главные паттерны каузальной организации, на которых основана ментальность как организационный инвариант, вполне может быть описан понятиями вычислительной теории (Chalmers, 2011). В свою очередь ментальность в рамках информационной теории трактуется как информация (или тот самый упорядоченный набор ментальных образов, о котором речь шла выше), объединенная с системой каузальных связей и зависящая от субъективного осознанного опыта, признаваемого реальным (Tononi, Koch, 2015). Причем содержание такой информации может быть передано кодами разного вида (Дубровский, 2013).

Сочетание этих выводов представляет собой довольно ясное общее эмпирическое и теоретическое видение феномена массового сознания в современных условиях, важнейшим из которых является цифровизация. Влияние последней на наделенную сознанием психику раскрывается в трудах киберпсихологов.

### **Киберпсихология массового сознания**

Киберпсихологи вычленяют три главных обстоятельства (фактора), которые определяют специфику массового сознания в условиях цифровизации. Первое – это совмещение и взаимопроникновение материальной, виртуальной, дополненной и, возможно, других реальностей, что позволяет утверждать о возникновении «смешанной реальности» («континуума Милгрэма» как протяженности от базовой реальности до чистой виртуальности, в которой находится «смешанная реальность», где «физические и цифровые объекты сосуществуют и взаимодействуют в режиме реального времени» (Milgram, Kishino, 1994), реальности «онлайнф» (Floridi, 2014).

Второе – уникальное и ранее не наблюдаемое соединение в процессе использования ИКТ двух разнонаправленных типов психической деятельности – опосредованной и опосредующей, сочетающей компоненты как психологического орудия (средства внешней деятельности человека, нацеленного на изменения в окружающем мире) и знака (средства внутренней деятельности человека, направленного на свое или чужое поведение). Иными словами, «орудие и знак начинают работать вместе, и речь идет уже не о противопоставлении, но об их взаимосвязи и взаимопереходах» (Рубцова, 2019, с. 122).

Третье – это оформление ИКТ в один из ведущих факторов коренного перестроения процесса опосредования и рождения новых форм психической деятельности и социального взаимодействия (Rückriem, 2012). Наиболее яркими примерами здесь являются изменения, произошедшие в высших психических функциях (сильнее всего в перцептивных процессах) человека (также обусловивших трансформацию современной культуры) вследствие воздействия мультимедиа, гипертекста, видеоигр. Именно первые два с их фрагментарностью (состоят

из относительно обособленных частей), нелинейностью (предполагают переход к другим связанным фрагментам по гиперссылкам), бесконечностью (включают в себя весь постоянно пополняемый и обновляемый контент Сети), соединением письменных, графических, звуковых элементов, интерактивностью обусловили возникновение клиповой культуры (по Э. Тоффлеру) и связанного с ней типа массового сознания. Речь идет о нарастании субъективного фактора, неопределенности, а также рассеянности внимания в процессе освоения гипертекста, ведь каждый пользователь сам выбирает, по каким гиперссылкам переходить, с каким фрагментом гипертекста и/или мультимедиа знакомиться, при этом постоянно отвлекается на уведомления (входящие сообщения из мессенджеров, подсказки и т.д.), что в итоге приводит к неодинаковым (индивидуализированным) результатам освоения информации у разных людей и более того – к трансформации самого опыта получения сведений (Карр, 2012, с. 111). В свою очередь видеоигры с раннего возраста вовлекают массы людей в запрограммированное виртуальное пространство, в котором, в отличие от мнимой ситуации обычной игры (где участник, действуя творчески, самостоятельно создает линию поведения и свою роль), они делают выбор между заранее заданными игровыми стратегиями и *манипулируют* игровыми персонажами (персонифицированными или нет) с четко определенными параметрами.

Эти обстоятельства не сильно способствуют развитию высшей психической функции воображения, утверждению ценностной установки на свободу, но могут содействовать росту манипулятивной ориентации личности, приводят к созданию новых форм зависимости и девиантного поведения. Данная область очень слабо изучена, а исследователи приходят к противоположным выводам об отрицательных и положительных эффектах, создаваемых контентом. При этом многие согласны с тем, что видеоигры и другие артефакты киберпространства породили новую мощную форму зависимости – кибераддикцию.

Обсуждение вопроса эффективного управления массовым сознанием в современном государстве тесно связано с проблематикой массового политического поведения, ведь именно для инициирования/изменения/прекращения последнего предпринимается целенаправленное воздействие на массовое сознание.

Киберпсихологические и нейронаучные исследования подтверждают ранее известное положение о том, что носителем массового сознания является конкретное индивидуальное сознание, и что любой массовый поведенческий акт восходит к индивидуальной (осознанной или нет) реакции. Иными словами, феномены массового сознания и политического поведения берут начало на личностном уровне, затем увеличиваются в масштабе в ходе межличностного взаимодействия (на котором индивиды, побуждаемые определенными стимулами, влияют друг на друга) и окончательно оформляются посредством массовой коммуникации.

В отличие от политического поведения, имеющего конкретные и регистрируемые проявления, состояния массового сознания не наблюдаемы непосредственно (могут познаваться через политическое поведение), имеющиеся инструменты для их измерения и анализа (опросы и др.) несовершенны, полученные с их помощью результаты часто нерелевантны в силу различных искажений.



Одна из самых больших сложностей при исследовательской и практической работе с психикой, наделенной сознанием как самостью, состоит в том, что субъективное начало непостоянно, трудноуловимо, во многих случаях слабо различимо, на это указывал еще У. Джемс (Джемс, 1913). В большинстве типичных ситуаций для управления жизнедеятельностью мозг, вынужденный экономить вычислительные и другие ресурсы, самостоятельно использует стандартные шаблоны и схемы реагирования (фреймы, нейронные паттерны, карты образов) на внутренние и внешние стимулы. Вследствие чего человек больше времени находится во власти скрытых процессов, чем в полном сознании. На эту удивительную особенность нашей психической жизни обратил внимание М. Пруст: «В обычное время мы живем ничтожной частью нашего существа, почти все наши способности дремлют, полагаясь на привычку, а та знает свое дело и не нуждается в них» (Пруст, 1976, с. 237).

Пока нельзя с точностью сказать, является ли сознание «контролируемой галлюцинацией» (Сет, 2023), независимо ли сознание, или ментальные образы и поведенческие реакции полностью детерминированы информацией, поступающей в мозг. Если последнее предположение верно, то с развитием нейро- и киберпсихотехнологий у общественности исчезнет даже иллюзия свободной воли. Менее радикальные нейробиологи, как например С. Деан, допускают некоторую степень самостоятельности сознания при принятии решений, которая заключается в выборе способов (коллективного) действия, в процессе обсуждения (делиберации по Ю. Хабермасу) всех возможных последствий, недостатков, преимуществ того или иного поступка с самим собой и/или с окружающими (Деан, 2018). Именно в этих моментах человек проявляет себя как личность, а совокупность людей – как общество. Такая модель интуитивно представляется более правдоподобной, нежели механический детерминизм (даже если это просто утешение).

Данные обществоведов, дополненные выводами специалистов по киберпсихологии о характере трансформации высших психических процессов и функций, опосредования<sup>3</sup> всех аспектов человеческой практики и деятельности, полученные в последние годы, позволяют более четко проследить влияние цифровизации на человеческую психику и сознание, а также в обобщенном виде представить их современное состояние, которое становится типичным, приобретает массовый характер и определяет социальновидовое политическое поведение.

### **Управление массовым сознанием в цифровой среде в концептуальной призмe киберпсихологии**

Современные подходы к процессу управления массовым сознанием предполагают такие его основные стадии, как принятие решения, организация, мотивация, контроль, координация, оценка эффективности. В каждой из них киберпсихология занимает свое место: при принятии решения берется во внимание

<sup>3</sup> Преобразование внешних по отношению к сознанию культурных средств во внутренние психологические средства: психологические орудия и знаки (по Л.С. Выготскому).

заключение о характере проблемы, полученное после киберпсихологического диагностирования (независимо от используемой модели коммуникации: AIDA, RACE, ROPE, 5W+1H, процедура Брума-Дозьера и т. д.); при организации и мотивации внедряются релевантные технологии; при оценке эффективности анализируются полученные эффекты и аффекты, достигнутые психические процессы, состояния, свойства, проявляющиеся в типичных поведенческих актах в киберпространстве, инициированных массовым сознанием.

Изменения, происходящие в психических функциях, состояниях и свойствах под влиянием цифровых средств, породили новые тенденции в массовом сознании: снижение авторитета структур власти, распространение возникшей еще в эпоху телевидения способности бессознательно игнорировать нежелательную информацию и селективного восприятия (Johnson at al., 2020), нарастание гомофилии (Settle, 2018), размножение фильтрационных пузырей и эхо-камер (Bruns, 2019), «алгоритмическое смещение» (Sirbu at al., 2019), расширение слактивизма и др.

Перечисленное значительно затрудняет работу с массовым сознанием и требуют новых исследовательских стратегий для разработки и реализации эффективных коммуникационных программ. Все более значительной частью последних становится киберпсихология, позволяющая преодолеть возникшие сложности с применением, в основном, таких методов, как опрос интернет-пользователей (часто посредством Qualtrics), систематический обзор научной литературы и метаанализ, систематический и метааналитический синтез и др.

Например, киберпсихологам удалось получить данные, пошатнувшие в целом скептическую позицию в отношении эгоистической деятельности многих пользователей в социальных сетях, которую Н. Кабрера, Л. Матиас и Р. Монтоя назвали «слактивизмом». Напомню, эти авторы выяснили, что в киберпространстве предпочтительными оказываются такие поведенческие модели, которые предполагают минимальные усилия и низкую вовлеченность, при этом позволяют достичь самоуспокоения (Cabrera at al., 2017). Однако М. Д. Фостер, Э. Хеннесси, Б. Т. Блэнкеншип, Э. Стюарт представили доказательства того, что слактивизм имеет практический эффект, но только отложенный, а также способствует коллективным действиям в тех случаях, когда пользователи испытывают положительные эмоции в социальных сетях и уверены в своей возможности повлиять на положение дел (когда находятся в «состоянии власти»), особенно при участии влиятельных коммуникантов. Это заключение подкреплено предшествующими тезисами М. ван Зумерена и А. Айера о прямой зависимости между общим ощущением своих возможностей справиться с ситуацией, укреплением убежденности в оказании влияния на эту ситуацию и, наконец, с инициированием и укреплением коллективных действий (van Zomeren, Iyer, 2009). Кроме того, положительные аффекты, полученные от общего поведения (замеченные еще Б. Ф. Скиннером (Skinner, 1971)) и от небольших необременительных совместных актов помогают в нарастании уверенности в своем потенциале и мотивируют к участию в более масштабных групповых акциях в будущем и в реальной жизни. Sic parvis magna<sup>4</sup>. Еще одним следствием является подтверждение положитель-

<sup>4</sup> Большое начинается с малого (лат.).

ной корреляции между проявлениями ментальных состояний и поведенческими актами в Интернете и реальной жизни (онлайн- и офлайн-активность), которую установили С. Буллиан и Я. Теокарис (Boulianne, Theocharis, 2020). Эти выводы полезны как гражданским активистам, желающим самоорганизоваться для оказания воздействия на политический процесс, так и системам власти, которые ищут поддержку и мобилизуют сторонников, реализуют в Сети программы нарративизации, фрейминга, общественной консолидации, укрепления национального единства; они показывают, что слактивизм – это не сугубо отрицательное явление, его можно использовать в долгосрочных коммуникационных стратегиях, сочетающих активность в Интернете и в материальной реальности (на улицах). Из этих выводов можно вывести одну из специфических черт современного массового сознания, а именно – синтез более выраженной потребительской установки на получение личных положительных эмоций и аффектов с менее явной альтруистической ориентацией на общественно полезную деятельность. Систематическое использование киберсредств в долгосрочных перспективе вполне позволяет трансформировать это парадоксальное сочетание подсознательных, ментальных и поведенческих программ в достигающее цели коллективное действие. И возможно, слактивизм представляет собой форму осуществления древнего принципа “*Festina lente*”<sup>5</sup> в цифровой среде.

Другую относящуюся к массовому сознанию закономерность обнаружили Дж. Рюи и С. Кюи. Авторы, вновь подтвердив действенность выявленной еще в 1974 г. Э. Ноэль-Нойман спирали молчания, на материалах исследования массового поведения в социальных сетях и сервисах определили влияние технологических возможностей на выражение политических взглядов и раскрыли мотивацию пользователей при повышенных рисках негативного реагирования окружающих. В частности, было показано, что ожидаемые санкции опосредуют отношения между ресурсами Интернета и способами общения на политические темы: в условиях взаимной анонимности и отсутствия связи с оф-лайн средой коммуниканты более склонны к искренности и одновременно к случайным вспышкам агрессии в отношении инакомыслящих (к флеймингу), в случаях деанонимизации и в окружении тех, с кем знакомы лично, они чаще всего избирают тактики ненападения, самоцензуры, фальсификации своих политических. Изложенное проливает свет на скрытые механизмы массового сознания и поведения и позволяет совершенствовать технологии модерации и более эффективно управлять коммуникационными процессами. Кстати, в этом направлении большой практический опыт накоплен китайскими специалистами, особенно теми, кто занимается модерированием общения между пользователями, находящимися по разные стороны границы КНР. Кроме того, исследование показывает, что широкое распространение в массовом сознании получила такая черта, как детерминированный киберсредствами рациональный выбор поведенческой стратегии и сознательный контроль над эмоциональным состоянием.

Иной тип влияния киберсредств на массовое сознание выявили А. Сирбу, Д. Педришчи, Ф. Джианнотти и Дж. Кертеш, которые обнаружили эффект

<sup>5</sup> Торопись медленно (лат.), ср. (рус.) тише едешь – дальше будешь.

«алгоритмического смещения», создаваемый новыми медиа и новостными агрегаторами. Их упрощающие картину мира сообщения направляются машинными алгоритмами в соответствии с популярностью и ориентацией на целевую аудиторию, параметры которой заданы маркетологами, а не согласно смыслу и актуальности. Вследствие этого поощряются взаимодействия между единомышленниками (гомофилия), нарастает предвзятость, ведущая к фрагментации и поляризации мнений (Sirbu et al., 2019), что делает труднодостижимым консенсус в рамках всего государства. Близкие выводы о специфике массового сознания в цифровой среде (опосредованность цифровыми коммуникациями, отсутствие ценностной однородности и др.) ранее сделали Э. Вааст, Г. Сафади, Л. Лапойнт, Б. Негойта (Vaast et al., 2017).

Усиление «алгоритмического смещения» вкупе с увеличением в киберпространстве эхо-камер, фильтрационных пузырей и других явлений может создать впечатление, что наблюдается размывание массового сознания, происходит его постепенное схождение на нет, а на его месте образуется конгломерат групповых идентичностей с типичными для них наборами ментальных образов. Однако это не совсем так. Более точным будет утверждение именно о фрагментации массового сознания, то есть о нарастании в его границах разнообразия элементов, общими чертами которых является замкнутость, однородность, невосприимчивость к инакомыслию, предвзятость. Эти общие черты не просто проходят сквозь всю структуру современного массового сознания, они представляют собой его «несущий остов», оформившийся в киберпространстве под влиянием ИКТ и электронных устройств.

По перечисленным источникам легко заметить, что исследования сознания и поведения пользователей в киберпространстве ведутся главным образом за рубежом. Российские специалисты пока не действуют в полную силу в области киберпсихологии. Есть отдельные работы, касающиеся управления массовым сознанием в Интернете. Например, А.В. Виловатых, применив диспозиционную модель личности в сочетании с положениями теории подталкивания (Р. Талер и К. Санстейн) и идеей о «симметрии заблуждений» (В.Д. Миловидов), показала появление специфических видов воздействия на массовое сознание в цифровой среде (таргетирование, астротурфинг, троллинг, надж), базирующихся на последних достижениях нейробиологии и коммуникативистики и определяющих «качественно новую декомпозицию отношений между властью и обществом» (Виловатых, 2020, с. 161).

Нехватка отечественных разработок в области киберпсихологии делает уязвимым российское общество, особенно ту его часть, которая много времени проводит в социальных сетях, на каналах сетевых мессенджеров и видеохостингов и потому наиболее подвержена целенаправленным воздействиям извне.

### **Заключение**

Аналитическое рассмотрение современных научных трудов по киберпсихологии и в смежных областях позволяет выделить такие специфические черты современного массового сознания, как синтез более выраженной потребительской установки на получение личных положительных эмоций и аффектов с менее

явной альтруистической ориентацией на общественно полезную деятельность; детерминированный киберсредствами рациональный выбор поведенческой стратегии и сознательный контроль над эмоциональным состоянием; фрагментированность и поляризованность; нарастающая однородность, замкнутость, невосприимчивость к мнению оппонентов и предвзятость в социальных группах его носителей; кибераддикция; склонность к манипулированию и предрасположенность к воздействиям такого рода.

Легко заметить, что часть этих характеристик была присуща массовому сознанию в доэлектронную эпоху, и что ряд их часто воспроизводится вне цифровой среды. Вспомним, как часто мы меняем линию поведения в зависимости от обстоятельств и подстраиваемся к социальному окружению, делаем вид, что не замечаем каких-то вещей, когда нам это выгодно. Специалисты по глубинной психологии могут объяснить эти случаи активацией механизмов адаптации и защиты. Однако вряд ли стоит сомневаться в ценности киберпсихологических исследований и в новизне их результатов (пусть не всех), ведь в них показываются конкретные изменения (например, увеличение интенсивности и масштаба гомофилии), происходящие с наделенной сознанием психикой в киберпространстве под влиянием ИКТ и электронных устройств, а также их движущие силы и последствия.

Текущая трансформация еще более осложняет процесс управления массовым сознанием на всех его этапах независимо от используемой модели коммуникации. Базовые киберпсихологические аспекты политико-государственной деятельности в процессе управления массовым сознанием состоят в определении и диагностике проблем массового сознания в киберпространстве, внедрении технологических решений, нацеленных на коррекцию психических процессов, на создание тех или иных психических состояний в киберпространстве в масштабах всего государства, а также в проведении оценки эффективности полученных результатов. Знания и методы киберпсихологии позволяют уменьшить неопределенность и непредсказуемость этого процесса, на стадии принятия решения помогают выявить проблему, наметить цель, социальные группы и план действий, выбрать соответствующий коммуникационный инструментарий; на стадиях организации, мотивации, контроля профессиональнее и точнее применять технологии. Подтверждением этому служит использование установленных киберпсихологами причинно-следственных связей для разработки новейших стратегий, методов и технологий управления массовым сознанием в киберпространстве. Например, последние данные о слактивизме (slactivism), раскрывшие его позитивный потенциал, открыли новые возможности для долгосрочных программ поддержания лояльности и мобилизации масс. Выводы о фальсификации политических взглядов и самоцензуры в кругу знакомых и склонности к флеймингу в условиях анонимности в Интернете полезны для более изощренного программирования массовых установок, тонкой настройки окна Овертона и т.д. Положения о поляризации и фрагментации массового сознания широко применяются в нацеленных на инициирование социального конфликта информационных кампаниях в странах-противниках для дестабилизации внутривнутриполитической ситуации во враждебных государствах, подрыва их систем власти.

Сейчас отечественная киберпсихология находится на начальной стадии развития, поэтому имеется большое разнообразие дальнейших направлений в ее исследованиях и, в частности, в области управления массовым сознанием. Ясно, что важным сейчас является, с одной стороны, определение с учетом специфики нашего общества и изучение психических состояний, в которых находятся российские интернет-пользователи. С другой стороны, на повестке дня стоит исследование механизмов массовой консолидации и положительной мотивации в киберпространстве на основании национальных интересов и ценностей с целью укрепления основ российской государственности.

---

### Список литературы

1. Арндт, Х. (1992). Массы и тоталитаризм. *Вопросы социологии*, 1(2), 24–31.
2. Виловатых, А.В. (2020). Манипулирование социальным поведением в условиях цифровой среды. *Дискурс-Пи*, 17(2), 149–164. <https://doi.org/10.24411/1817-9568-2020-10210>
3. Дамасио, А. (2018). *Так начинается «Я». Мозг и возникновение сознания*. Москва: Карьера Пресс.
4. Деан, С. (2018). *Сознание и мозг. Как мозг кодирует мысли*. Москва: Карьера Пресс.
5. Джемс, У. (1913) Существует ли «сознание»? *Новые идеи в философии*, (4), 102–127.
6. Дубровский, Д.И. (2013). Сознание и мозг: информационный подход к проблеме. *Знание. Понимание. Умение*, (4), 92–98.
7. Карр, Н. (2012). *Пустьшка: Что интернет делает с нашими мозгами*. Санкт-Петербург: Best Business Books.
8. Красин, Ю.А. (Ред.) (2017). *Разум на распутье. Общественное сознание между прошлым и будущим*. Москва: Аспект Пресс.
9. Ортега-и-Гассет, Х. (2002). *Восстание масс*. Москва: АСТ.
10. Пруст, М. (1976). *Под сенью девушек в цвету*. Москва: Худож. лит.
11. Рубцова, О.В. (2019). Цифровые технологии как новое средство опосредования (Часть первая). *Культурно-историческая психология*, 15(3), 117–124. <https://doi.org/10.17759/chp.2019150312>
12. Сет, А. (2023). *Быть собой. Новая теория сознания*. Москва: Альпина нон-фикшн.
13. Шиллер, Г. (1980). *Манипуляторы сознанием*. Москва: Мысль.
14. Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>
15. Bruns, A. (2019). Filter Bubble. *Internet Policy Review*, 8(4), 1–14. <https://doi.org/10.14763/2019.4.1426>
16. Cabrera, N.L., Matias, C.E., & Montoya, R. (2017). Activism or Slacktivism? The Potential and Pitfalls of Social Media in Contemporary Student Activism. *Journal of Diversity in Higher Education*, 10(4), 400–415. <https://doi.org/10.1037/dhe0000061>

17. Chalmers, D. (2011). A Computational Foundation for the Study of Cognition. *The Journal of Cognitive Science*, (12), 323–357.
18. Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford: Oxford Univ. Press.
19. Greenwald, A.G., & Banaji, M.R. (1989). The Self as a Memory System: Powerful, but Ordinary. *Journal of Personality and Social Psychology*, (57), 41–54. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.1.41>
20. Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of The Public Sphere. An Inquiry Into A Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
21. Johnson, B., Neo, R., Heijnen, M., Smits, L., & van Veen, C. (2020). Issues, Involvement, and Influence: Effects of Selective Exposure and Sharing on Polarization and Participation. *Computers in Human Behavior*, (104), 1–12 (Article 106155). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.031>
22. Hovland, C., Janis, I., & Kelly, H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Yale Univ. Press.
23. Kitchenham, B. (2004). *Procedures for performing systematic reviews* (Joint Technical Report). Department of Computer Science, Keele University (TER/SE-0401) and National ICT Australia Ltd. (04001T.1). Retrieved from <http://www.inf.ufsc.br/~aldo.vw/kitchenham.pdf>
24. Lewin, K. (1968). *Group Dynamics, Research and Theory*. New York.
25. McGuire, W. (1973). *Persuasion, Resistance, and Attitude Change in Handbook of Communication*. Chicago: Rand McNally.
26. Milgram, P., & Kishino, A.F. (1994). Taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE Transactions on Information and Systems*. (E77-D (12)), 1321–1329.
27. Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D.G. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *Journal of Clinical Epidemiology*, 62(10), 1006–1012. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2009.06.005>
28. Nisbet, R. (1982). *Prejudices. A Philosophical Dictionary*. Cambridge: Harvard Univ. Press.
29. Rückriem, G. (2012). *Digital technology and mediation – a challenge to activity theory*. Retrieved June 5, 2012, from <https://www.cambridge.org/core/books/abs/learning-and-expanding-with-activity-theory/digital-technology-and-mediation-a-challenge-to-activity-theory/37B557F6112AE5F1C9DBEDAE237FEFF0>
30. Settle, J. (2018). *Frenemies: How Social Media Polarizes America*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
31. Sirbu, A., Pedreschi, D., Giannotti, F., & Kertesz, J. (2019). Algorithmic Bias Amplifies Opinion Fragmentation and Polarization: A Bounded Confidence Model. *PLoS ONE*, 14(3), e0213246. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0213246>
32. Skinner, B.F. (1971). *Beyond freedom and dignity*. New York, NY, US: Knopf.
33. Tan, A. (1985). *Mass Communication Theories and Research*. New York: John Wiley.
34. Tononi, G., & Koch, C. (2015). Consciousness: here, there and everywhere?

*Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, (370), Article ID 20140167. <https://doi.org/10.1098/rstb.2014.0167>

35. Vaast, E., Safadi, H., Lapointe, L., & Negoita, B. (2017). Social Media Affordances for Connective Action – An Examination of Microblogging Use During the Gulf of Mexico Oil Spill. *MIS Quarterly*, 41(3), 1179–1205. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/41.4.08>

36. Zomeran, M. van, & Iyer, A. (2009). Introduction to the social and psychological dynamics of collective action. *Journal of Social Issues*, (65), 645–660. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2009.01618.x>

---

## References

1. Arendt, H. (1992). Massy i totalitarizm [The masses and totalitarianism]. *Voprosy sotsiologii*, 1(2), 24–31.

2. Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>

3. Damasio, A. (2018). *Tak nachinaetsya “Ya”*. *Mozg i vzniknovenie soznaniya* [Self comes to mind constructing the conscious brain]. Moscow: Kar’era Press.

4. Dean, S. (2018). *Soznanie i mozg. Kak mozg kodiruet mysli* [Consciousness and the brain. How the brain encodes thoughts]. Moscow: Kar’era Press.

5. Dubrovsky, D.I. (2013). Soznanie i mozg: informatsionnyy podkhod k probleme [Consciousness and the brain: an information approach to the problem]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, (4), 92–98.

6. James, W. (1913) Sushchestvuet li “soznanie”? [Does “consciousness” exist?]. *Novye idei v filosofii*, 4, 102–127.

7. Ortega y Gasset, H. (2002). *Vosstanie mass* [Revolt of the masses]. Moscow: AST.

8. Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>

9. Bruns, A. (2019). Filter Bubble. *Internet Policy Review*, 8(4), 29 November, <https://doi.org/10.14763/2019.4.1426>

10. Cabrera, N.L., Matias, C.E., & Montoya, R. (2017). Activism or Slacktivism? The Potential and Pitfalls of Social Media in Contemporary Student Activism. *Journal of Diversity in Higher Education*, 10(4), 400–415. <https://doi.org/10.1037/dhe0000061>

11. Chalmers, D. (2011). A Computational Foundation for the Study of Cognition. *The Journal of Cognitive Science*, 12, 323–357.

12. Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford: Oxford University Press.

13. Greenwald, A.G., & Banaji, M.R. (1989). The Self as a Memory System: Powerful, but Ordinary. *Journal of Personality and Social Psychology*, (57), 41–54. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.1.41>

14. Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of The Public Sphere*.



*An Inquiry Into A Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

15. Johnson, B., Neo, R., Heijnen, M., Smits, L., & van Veen, C. (2020). Issues, Involvement, and Influence: Effects of Selective Exposure and Sharing on Polarization and Participation. *Computers in Human Behavior*, (104). Article 106155. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.031>

16. Hovland, C., Janis, I., & Kelly, H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Yale University Press.

17. Karr, N. (2012). *Pustyshka: Chto internet delaet s nashimi mozgami* [The Shallows: What the Internet is Doing to Our Brains]. St. Petersburg: BestBusinessBooks.

18. Kitchenham, B. (2004). *Procedures for performing systematic reviews* (Joint Technical Report). Department of Computer Science, Keele University (TER/SE-0401) and National ICT Australia Ltd. (04001T.1) Retrieved from <http://www.inf.ufsc.br/~aldo.vw/kitchenham.pdf>

19. Krasin, Ju. A. (Ed.). (2017). *Razum na rasput'e. Obshchestvennoe soznanie mezhdru proshlym i budushchim* [The mind is at a crossroads. Public consciousness between the past and the future]. Moscow: Aspect Press.

20. Lewin, K. (1968). *Group Dynamics, Research and Theory*. New York, 1968.

21. McGuire, W. (1973). *Persuasion, Resistance, and Attitude Change*. In De Sola Pool I (Ed.). *Handbook of Communication*. Chicago: Rand McNally.

22. Milgram, P., & Kishino, A.F. (1994). Taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE Transactions on Information and Systems*. 1994, (E77-D (12)), 1321–1329.

23. Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D.G. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *PLoS Med*, 6(7): Article e1000097.

24. Nisbet, R. (1982). *Prejudices. A Philosophical Dictionary*. Cambridge: Harvard University Press.

25. Rückriem, G. (2012). Digital technology and mediation – a challenge to activity theory. Retrieved June 5, 2012, from <https://www.cambridge.org/core/books/abs/learning-and-expanding-with-activity-theory/digital-technology-and-mediation-a-challenge-to-activity-theory/37B557F6112AE5F1C9DBEDAE237FEFF0>

26. Proust, M. (1976). *Pod sen'yu devushek v tsvetu* [Under the canopy of girls in bloom]. Moscow: Khudozhestvennaya literatura.

27. Rubtsova, O. V. (2019). *Tsifrovye tekhnologii kak novoe sredstvo oposredovaniya (Chast' pervaya)* [Digital Media as a New Means of Mediation (Part One)]. *Kul'turno-istoricheskaya psikhologiya*, 15 (3), 117–124. <https://doi.org/10.17759/chp.2019150312>

28. Schiller, H. (1980). *Manipulyatory soznaniem* [Manipulators of consciousness]. Moscow: Mysl'

29. Settle, J. (2018). *Frenemies: How Social Media Polarizes America*. Cambridge: Cambridge University Press.

30. Sirbu, A., Pedreschi, D., Giannotti, F., & Kertesz, J. (2019). Algorithmic Bias Amplifies Opinion Fragmentation and Polarization: A Bounded Confidence Model.

- PLoS ONE*, (Vol. 14. No. 3), e0213246. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0213246>
31. Skinner, B.F. (1971). *Beyond freedom and dignity*. New York, NY, US: Knopf.
32. Tan, A. (1985). *Mass Communication Theories and Research*. New York: John Wiley.
33. Tononi, G., & Koch, C. (2015). Consciousness: here, there and everywhere? *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, (370), Article ID 20140167. <https://doi.org/10.1098/rstb.2014.0167>
34. Vaast, E., Safadi, H., Lapointe, L., & Negoita, B. (2017). Social Media Affordances for Connective Action – An Examination of Microblogging Use During the Gulf of Mexico Oil Spill. *MIS Quarterly*, 41(4), 1179–1205. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/41.4.08>
35. Zomeran, M. van, & Iyer, A. (2009). Introduction to the social and psychological dynamics of collective action. *Journal of Social Issues*, (65), 645–660. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2009.01618.x>
36. Vilovatykh, A. V. (2020). *Manipulirovanie sotsial'nym povedeniem v usloviyakh tsifrovoy sredy* [Manipulation of Social Behavior Under the Digitalization of Social Environment]. *Diskurs-Pi*, 17(2), 149–164. <https://doi.org/10.24411/1817-9568-2020-10210>
- 

#### Информация об авторе

**Максим Владимирович Яковлев**, доктор политических наук, профессор кафедры философии политики и права философского факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0127-5642>, e-mail: [maxvuz@mail.ru](mailto:maxvuz@mail.ru)

#### Information about the author

**Maksim Vladimirovich Yakovlev**, Doctor of Sciences (Political Sciences), Professor, Department of Philosophy of Politics and Law, Faculty of Philosophy, Moscow State University named after M.V. Lomonosov, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0127-5642>, e-mail: [maxvuz@mail.ru](mailto:maxvuz@mail.ru)

---