

Научная статья

УДК 159.99
EDN: PDQZWB



ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ НА СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ СУБЪЕКТА В ПОСТИНФОРМАЦИОННУЮ ЭПОХУ

Павел Дмитриевич Никитенко

Санкт-Петербургский военный ордена Жукова институт войск национальной гвардии
Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия
332318@list.ru

Аннотация. В статье предлагаются к обсуждению актуальные вопросы социально-психологической безопасности субъекта, раскрыта роль социальных представлений в обеспечении психологической безопасности субъекта в постинформационную эпоху. Проведен теоретически-методологический анализ механизмов обеспечения социально-психологической безопасности. Показаны уровни медиапространства, механизмы изменения представления, поведения, отношения субъекта в постинформационную эпоху.

Ключевые слова: субъект медиапространства, объект медиапространства, искусственный интеллект, коммуникатор медиапространства, агент влияния, социальные представления, информация

Для цитирования: Никитенко П.Д. Влияние социальных представлений на социально-психологическую безопасности субъекта в постинформационную эпоху// Вестник Санкт-Петербургского военного института войск национальной гвардии. 2022. № 4 (21). С. 47–49. URL: <https://vestnik-spvi.ru/2022/12/008.pdf>. EDN: PDQZWB.

Original article

THE INFLUENCE OF SOCIAL REPRESENTATIONS ON THE SOCIO-PSYCHOLOGICAL SECURITY OF THE SUBJECT IN THE POST-INFORMATION ERA

Pavel D. Nikitenko

Saint-Petersburg Military Order of Zhukov Institute of the National Guard Troops of the Russian Federation, Saint-Petersburg, Russia
332318@list.ru

Abstract. The article proposes to discuss topical issues of the formation of socio-psychological security of the subject, reveals the role of social representations in ensuring the psychological security of the subject in the post-information age. A theoretical and methodological analysis of the mechanisms of ensuring socio-psychological security has been carried out. The levels of the media space are shown, the mechanisms of changing the representation, behavior, and attitude of the subject in the post-information era are presented.

Keywords: subject of media space, object of media space, artificial intelligence, communicator of media space, agent of influence, social representations, information

For citation: Nikitenko P.D. Social representations as the main element of the formation of socio-psychological security of the subject in the post-information era. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo voennogo instituta vojsk nacional'noj gvardii*. 2022;4(21): 47–49. (In Russ.). Available from: <https://vestnik-spvi.ru/2022/12/008.pdf>. EDN: PDQZWB.

© Никитенко П.Д., 2022

Введение

Постинформационная эпоха развития общества сопровождается глобализацией возможностей субъекта в производстве, распространении и потреблении информации. Такие возможности предполагают максимальное включение субъекта в мировое информационное поле, а конкретнее – в сетевое пространство. На настоящий мо-

мент сетевое пространство практически монополизировано цифровыми платформами, которые определяют и регламентируют возможности субъекта по производству, распространению и потреблению информации. Такая регламентация возможностей выбора субъектом своих действий на какой-либо цифровой платформе, создает предпосылки для преобразования его из субъек-

та взаимодействия в объект воздействия. Естественно, что при таких условиях возникает необходимость исследования проблемы обеспечения безопасности этих процессов, причем на наиболее важном социально-психологическом направлении.

Основные положения

Проблема социально-психологической безопасности тесно связана с появлением возможности создания на цифровых платформах ботов с высоким уровнем искусственного интеллекта, которые реализуют свои функции на различных уровнях сетевого пространства, таких как The surface web, The deep web, The dark web.

Одной из функций таких ботов может быть анализ социально-психологических особенности субъекта. В результате такого анализа искусственный интеллект подбирает не только информацию по интересам субъекта, но и может создавать его социально-психологический портрет. На основе полученных данных разрабатывается механизмы по оказанию социально-психологического воздействия на субъект сетевого пространства.

Под субъектом сетевого пространства предлагается понимать не только личности респондента, то есть участника сетевого взаимодействия, но и организацию или компанию, на которую предполагается оказывать социально-психологическое влияние, целью которого является изменение отношения к конкретным событиям, объектам, субъектам. Изменение отношения организуется посредством конструирования позитивного или негативного социального представления о том или ином объекте (например, автомобиль), субъекте (организация, компания, этнос, страна).

Под социальным представлением следует понимать процесс проецирования личных представлений субъекта (лидера, авторитета, модератора) через социальное общество, структуры (медиапространство), направленное на регулирование деятельности индивида в процессе его социализации. При этом необходимо обратить внимание на то, что социальное представление продолжает существовать только на уровне восприятия данного явления как информации.

После того, как процесс восприятия информации, содержащейся в социальном представлении, заканчивается, данное социально-психологическое явление трансформируется в целостное представление личности. В результате трансформации происходит переоценка и изменение отношения личности к окружающей социальной действительности. Последствием такой

трансформации является переосмысление жизненных ориентиров, направленности, мотивов, поведения в целом [1].

Таким образом, конструирование социальных представлений в сетевом пространстве любого уровня сети позволяет посредством искусственного интеллекта агенту влияния, то есть создателю цифровой платформы, бота менять отношение, поведение субъекта (пользователя сети) касательно события, объекта, субъекта, его интересующего, что естественным образом может сказаться на социально-психологической безопасности субъекта.

Социально-психологическая безопасность – это состояние, обусловленное наличием гармоничных, приносящих удовлетворение взаимоотношений (взаимосвязей) личности с другими людьми, которые позволяют реализовать духовно-психический потенциал личности в процессе жизнедеятельности, сохранить ее целостность. Основными характеристиками социально-психологической безопасности являются: чувство защищенности от негативных психологических воздействий со стороны как партнеров по взаимодействию, так и ситуативных условий; отсутствие напряженности, трудностей, нарушений в отношениях; гармоничный характер взаимодействий и взаимоотношений [2].

Исходя из данного определения, становится ясно, по каким критериям агент влияния может нарушить состояние социально-психологической безопасности субъекта. Под агентом влияния так же предлагается понимать коммуникатора – то есть специалиста по обеспечению контента сетевого взаимодействия обеспечивающего общения с респондентом (субъектом сети), или искусственный интеллект, как возможного коммуникатора, организующего функционирование цифрового пространства сети на основе социально-психологического анализа запросов респондента.

Взаимодействие организуется, исходя из интересов респондента. Такой интерес впоследствии анализируются ботом (искусственным интеллектом). После проведенного анализа агент влияния создает поток сообщений, которые направлены на создание вокруг респондента информационного поля согласно его интересам.

Проблема в том, что респондент, как только вступил во взаимодействие с агентом влияния, уже ограничивает себя в выборе информации, то есть совокупности сообщений, подтвержденных из нескольких источников. Ограничение становится возможным тогда, когда респондент находится на

поле агента влияния, а точнее цифровой платформе, где он ограничен рамками предлагаемого контента социальной сети. Результатом таких ограничений является трансформация субъекта медиапространства в объект. Под объектом в психологическом знании принято считать индивида, ограниченного по каким-то причинам в праве свободы выбора [3].

Выводы

Для модификации субъекта в объект, на разных уровнях медиапространства, создается иллюзия альтернативы по верификации источников информации. Такая иллюзия альтернативы создает почву для идентификации себя с якобы существующей тайной, про которую знает ограниченный круг респондентов определенной социальной сети. Появляется эффект ореола таинственности, подпитывающий эйфорию от понимания теории заговора, который зачастую отсутствует, или какой-либо альтернативы официальной правдивой информации, которая впоследствии оказывается ложью.

Состояние эйфории, в свою очередь, сопровождается осознанием своей исключительности обладателя важного знания, которым владеют единицы. Однако состояние эйфории кратковременно, а вот осознание и ощущение своей исключительности, отличия себя от других может продолжаться достаточно долго. Ключевой особенностью ощущения исключительности субъекта является то, что за счет переживания им такого

состояния, агент влияния, коммуникатор медиапространства получает возможность формировать мнение, суждение, настроение респондента медиапространства до тех пор, пока тот фактически лишается своей субъектности и становится готов к дальнейшей манипуляции, а в последующем еще и лишается возможности обеспечить устойчивый консонанс состояния социально-психологической безопасности.

Как только субъект посредством изменения социальных представлений превращается в объект, он фактически лишается социально-психологической безопасности и становится более лояльным, готовым изменить свое поведение, отношение в том направлении, которое необходимо коммуникатору, агенту влияния.

На практике данный механизм социально-психологического влияния позволяет создавать так называемых биороботов, способных под таким воздействием совершать даже социально опасные деяния. Причем человек, попавший под такое воздействие, не осознает своей объектности, а именно, что им фактически управляют и направляют для совершения таких действий.

В результате такого влияния могут участиться такие явления в нашей стране, как «колумбайн» (запрещенное движение в Российской Федерации), «Синий кит», террористы-смертники.

Список источников

1. Никитенко П. Д. Некоторые проблемы конструирования социальных представлений. URL: https://www.elibrary.ru/title_about.asp?id=31873 (дата обращения: 27.09.2022).
2. Эксакусто Т. В. Проблема обеспечения социально-психологической безопасности личности // Российский психологический журнал. 2008. Т. 5. № 3. С. 35–41.
3. Линде Н. Д. Психологическое консультирование: Теория и практика. М. : Аспект Пресс, 2010. С. 255.

References

1. Nikitenko P. D. *Nekotorye problemy konstruirovaniya social'nyh predstavlenij*. Available from: https://www.elibrary.ru/title_about.asp?id=31873 [Accessed 27th September]. (In Russ).
2. Eksakusto T. V. The problem of ensuring the socio-psychological security of the individual. In: *Russian psychological journal*. 2008. Vol. 5;3: 35–41. (In Russ).
3. Linde N. D. *Psichologicheskoe konsul'tirovanie: Teoriya i praktika*. Moscow: Aspekt Press. 2010. (In Russ).

Информация об авторе

П. Д. Никитенко – кандидат психологических наук

Статья поступила в редакцию 18.11.2022;
одобрена после рецензирования 24.11.2022;
принята к публикации 22.12.2022.

Information about the author

P. D. Nikitenko – Candidate of sciences (Psychology)

The article was submitted 18.11.2022;
approved after reviewing 24.11.2022;
accepted for publication 22.12.2022.