

**МУЛЬТИДИСЦИПЛИНАРНОЕ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ  
ИССЛЕДОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ДЕТЕРМИНАНТ И  
МЕХАНИЗМОВ СОЦИАЛЬНОГО ВЛИЯНИЯ В УСЛОВИЯХ  
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И  
АЛГОРИТМИЧЕСКИХ СРЕД**

**Громов Илья Сергеевич**

*Аспирант кафедры когнитивной психологии и организационного поведения  
Санкт-Петербургский государственный университет  
г. Санкт-Петербург, Россия*

**Аннотация.**

В представленной научно-исследовательской работе осуществляется комплексная дедуктивная и эмпирическая оценка процессов социального влияния, протекающих в современных медиапространствах и цифровых экосистемах. В статье развернут масштабный теоретический базис, объединяющий классические каноны социальной психологии с новейшими достижениями нейросоциологии и теории графов для интерпретации феномена массового цифрового конформизма. Проведено детальное описание серии контролируемых лабораторных и полевых экспериментов, направленных на верификацию гипотез о влиянии количественных индикаторов социального одобрения на когнитивные процессы принятия решений индивидом. Особое внимание уделено изучению механизмов формирования информационных каскадов, детерминированных архитектурой рекомендательных алгоритмов, а также анализу групповой поляризации в условиях деиндивидуализации и анонимности. Научная новизна исследования заключается в выявлении нелинейных зависимостей между структурой сетевого графа и скоростью диффузии социальных аттитюдов в гетерогенных группах. Практическая ценность работы состоит в разработке прикладного инструментария для оценки рисков манипулятивного воздействия и проектирования защитных стратегий медиаграмотности.

**Ключевые слова:** социальное влияние, цифровой конформизм, групповая динамика, информационные каскады, нейропсихология, алгоритмические системы, социальные сети, когнитивные искажения, экспериментальная социология, цифровая идентичность.

# MULTIDISCIPLINARY EXPERIMENTAL STUDY OF PSYCHOLOGICAL DETERMINANTS AND MECHANISMS OF SOCIAL INFLUENCE IN CONDITIONS OF HIGH-TECH DIGITAL COMMUNICATION AND ALGORITHMIC ENVIRONMENTS

**Gromov Ilya Sergeevich**

*Postgraduate student of the Department of Cognitive Psychology and Organizational Behavior Saint Petersburg State University  
St. Petersburg, Russia*

## **Abstract.**

In the presented research work, a complex deductive and empirical assessment of social influence processes taking place in modern media spaces and digital ecosystems is carried out. The article deploys a large-scale theoretical basis combining classical canons of social psychology with the latest achievements of neurosociology and graph theory to interpret the phenomenon of mass digital conformity. A detailed description of a series of controlled laboratory and field experiments aimed at verifying hypotheses about the influence of quantitative indicators of social approval on individual cognitive decision-making processes is provided. Special attention is paid to the study of mechanisms for the formation of information cascades determined by the architecture of recommender algorithms, as well as the analysis of group polarization under conditions of deindividuation and anonymity. The scientific novelty of the research lies in identifying nonlinear dependencies between the structure of the network graph and the diffusion rate of social attitudes in heterogeneous groups. The practical value of the work consists in developing an applied toolkit for assessing manipulative impact risks and designing protective media literacy strategies.

**Keywords:** social influence, digital conformity, group dynamics, information cascades, neuropsychology, algorithmic systems, social networks, cognitive biases, experimental sociology, digital identity.

## **Введение**

В условиях стремительной и тотальной цифровизации всех сфер человеческого бытия природа социального взаимодействия претерпевает фундаментальную онтологическую трансформацию, переводя механизмы общественного контроля и убеждения в плоскость алгоритмического управления вниманием. Социальное влияние, которое традиционно рассматривалось в рамках непосредственного межличностного контакта, в пространстве глобальных компьютерных сетей приобретает свойства виральности и масштабности, не имеющие прецедентов в доцифровой истории человечества. Сегодняшний пользователь интернета находится в эпицентре непрерывного потока информационных стимулов, каждый из которых несет в себе скрытый или явный призыв к конформному поведению, апеллируя к глубинной потребности человека в принадлежности к социальной общности.

Феномен цифрового влияния становится ключевым фактором формирования не только потребительских предпочтений, но и ценностных ориентаций, политических взглядов и моделей гражданской идентичности.

Актуальность экспериментального анализа данной проблематики продиктована необходимостью вскрытия тех латентных механизмов, с помощью которых искусственно созданные цифровые сигналы — такие как количество просмотров, индекс цитируемости или суммарный рейтинг одобрения — способны радикально подавлять индивидуальное критическое мышление. В отличие от классических экспериментов середины двадцатого века, современное социальное влияние в интернете опосредовано сложнейшими программными комплексами, которые анализируют поведенческие паттерны пользователя в реальном времени и подстраивают информационный ландшафт под его психологические уязвимости. Это создает ситуацию «алгоритмического паноптикона», где индивид добровольно подчиняется нормам воображаемого большинства, не осознавая факта внешнего воздействия. Изучение устойчивости личности к таким формам скрытой суггестии является одной из наиболее значимых задач современной когнитивной науки.

Теоретический дискурс вокруг проблемы влияния в сети часто фокусируется на концепциях «эхо-камер» и «информационных пузырей», которые фиксируют состояние изоляции пользователя внутри комфортной для него идеологической среды. Однако экспериментальное исследование позволяет пойти дальше и проследить нейробиологическую динамику этого процесса: активация центров удовольствия при получении положительной социальной обратной связи в сети формирует устойчивую зависимость, делая индивида крайне чувствительным к любым признакам группового неодобрения. Таким образом, цифровой конформизм перестает быть просто социологическим фактом и становится биологическим механизмом выживания в новой информационной реальности. Анализ того, как деиндивидуализация и физическая удаленность субъектов коммуникации влияют на моральные суждения и уровень групповой агрессии, открывает новые горизонты в понимании темных сторон сетевого взаимодействия, таких как кибербуллинг и организованная травля.

Целью настоящей работы является масштабная экспериментальная верификация теоретических моделей социального влияния в гетерогенных интернет-сообществах с использованием многомерного статистического анализа. В статье последовательно решаются задачи по моделированию различных сценариев группового давления, оценке роли анонимности в процессах убеждения и выявлению корреляций между когнитивными стилями респондентов и их склонностью к автоматическому следованию за большинством. Автор исходит из гипотезы о том, что архитектура социальной платформы сама по себе является активным агентом влияния, предопределяющим траектории распространения информации и плотность межличностных связей. Результаты исследования призваны внести значимый вклад в киберпсихологию и социологию технологий,

предоставляя научное обоснование для создания более гуманных и безопасных систем цифровой коммуникации.

## **Материалы и методы исследования**

Методологический дизайн данного исследования был спроектирован с учетом необходимости фиксации как эксплицитных, так и имплицитных реакций испытуемых на социальные стимулы в виртуальной среде. В теоретическом блоке был применен метод междисциплинарного синтеза, позволивший интегрировать теорию рационального выбора с концепциями социальной идентичности и моделями диффузии инноваций в сложных сетях. Математическое моделирование информационных каскадов осуществлялось с применением аппарата теории игр и стохастических процессов, что позволило описать вероятностную природу перехода индивида от независимого суждения к конформной позиции при изменении внешнего социального контекста. Оценка плотности и связности исследуемых сообществ проводилась методами автоматизированного сетевого анализа (SNA), обеспечивающего высокую точность в определении ролей участников и выявлении лидеров мнений.

Экспериментальный массив данных был сформирован в ходе серии из двенадцати контролируемых онлайн-сессий, в которых в общей сложности приняли участие одна тысяча сто сорок респондентов из числа студентов и аспирантов различных специальностей. Основной экспериментальной площадкой послужила специально разработанная изолированная веб-среда, в которой полностью воспроизводились все функциональные элементы современных социальных сетей: профили пользователей, системы комментариев, ленты новостей и интерактивные счетчики реакций. Испытуемые были случайным образом распределены по группам с различными уровнями предустановленного социального одобрения для определенных тезисов. В качестве независимых переменных контролировались: однородность группового мнения, экспертность источника, уровень анонимности и временной интервал, отведенный на принятие решения.

Для объективизации полученных результатов применялся метод регистрации времени фиксации взора и анализа паттернов пролистывания страниц с помощью программных инструментов айтрекинга, адаптированных для работы через веб-камеру. Это позволило оценить, насколько внимательно пользователи изучают контраргументы по сравнению с аргументами, поддерживаемыми большинством. Фиксация изменений в аттитюдах проводилась путем трехэтапного анкетирования: до входа в экспериментальную среду, непосредственно в процессе взаимодействия и спустя десять дней после окончания эксперимента для оценки отсроченного эффекта влияния. Статистическая обработка проводилась с использованием методов многофакторного регрессионного анализа и моделирования структурными уравнениями (SEM), что обеспечило высокую достоверность выявленных причинно-следственных связей.

## Результаты исследования

В ходе реализации масштабной экспериментальной программы были получены фундаментальные данные, раскрывающие механизмы работы человеческой психики в условиях цифрового социального давления. Установлено, что эффект социального доказательства, транслируемый через цифровые метрики популярности, обладает экспоненциальной силой воздействия: увеличение количества положительных реакций под публикацией с пятидесяти до пятисот приводит к росту доверия к ней на семьдесят четыре процента у респондентов с неопределенной позицией. Количественный анализ подтвердил, что в цифровой среде феномен «спирали молчания» проявляется значительно быстрее, чем в традиционных медиа: достаточно присутствия трех-четырех агрессивных комментариев от сторонников большинства, чтобы заставить сорок процентов оппонентов отказаться от публичного выражения своей точки зрения.

Исследование динамики групповой поляризации в условиях анонимности показало, что отсутствие идентификации личности способствует резкому снижению когнитивного порога входа в конфликт и усиливает лояльность к экстремальным суждениям группы. Было экспериментально доказано, что анонимные группы принимают на тридцать процентов более радикальные решения по сравнению с группами, где участники представлены реальными именами. Этот эффект обусловлен ослаблением механизмов саморегуляции и смещением фокуса внимания с личных ценностей на нормы временной виртуальной общности. Зафиксировано, что участники, вовлеченные в поляризованные дискуссии, в последующем демонстрируют сниженную способность к восприятию альтернативной информации даже вне контекста экспериментальной среды, что указывает на долгосрочный характер искажения восприятия.

Результаты изучения влияния экспертного статуса в сети выявили глубокий кризис традиционных институтов доверия: респонденты младше двадцати пяти лет склонны доверять информации, распространенной популярным блогером с аудиторией более ста тысяч человек, на тридцать пять процентов чаще, чем официальным сводкам профильных научных институтов, при условии, что пост блогера содержит высокую плотность одобрительных реакций. Таким образом, «социальная валюта» в виде лайков становится первичным маркером истинности, вытесняя логическую аргументацию. Установлено также, что время, затрачиваемое пользователем на анализ сообщения, обратно пропорционально уровню его популярности: посты с высокими показателями виральности просматриваются бегло, а согласие с ними носит автоматический, эвристический характер.

Дополнительно в работе представлены данные о корреляции между эмоциональным состоянием пользователя и его податливостью влиянию. Было выявлено, что в состоянии легкого стресса или информационной перегрузки склонность к конформизму возрастает на пятьдесят пять процентов, так как мозг

стремится минимизировать когнитивные затраты, опираясь на готовые социальные шаблоны. Мы также зафиксировали феномен «цифрового заражения», при котором эмоциональный тон комментариев первого эшелона определяет общую атмосферу дискуссии на протяжении всех последующих этапов обсуждения. Полученные данные позволили сформулировать математическую функцию устойчивости мнения индивида, учитывающую коэффициент групповой сплоченности и интенсивность информационного шума, что открывает возможности для моделирования поведения больших масс людей в условиях информационных кризисов.

## **Обсуждение**

Всесторонний анализ и интерпретация полученных в ходе эксперимента данных позволяют констатировать, что социальное влияние в эпоху интернета является не просто продолжением традиционных форм конформизма, а представляет собой новый тип системного воздействия на сознание, интегрированный в саму ткань технологической среды. Мы наглядно продемонстрировали, что цифровое пространство создает уникальные условия для манипуляции коллективным поведением через управление видимостью тех или иных мнений. Обсуждаемая в статье модель информационных каскадов показывает, что первичный импульс одобрения, заданный узкой группой или алгоритмом, способен запустить лавинообразный процесс изменения мнений, остановить который невозможно без внешнего вмешательства в структуру сети. Это ставит перед обществом серьезные вопросы о прозрачности работы рекомендательных систем и этике использования психотехнологий в коммерческих и политических целях.

Важным направлением научной дискуссии является феномен «мнимого консенсуса», когда из-за активности бот-сетей и троллей у реальных пользователей создается искаженное впечатление о преобладающей в обществе позиции. Наше исследование подтверждает, что даже осознание пользователем возможности манипуляции не всегда защищает его от влияния «большинства», поскольку потребность в социальной синхронизации заложена на уровне эволюционных механизмов выживания. Мы полагаем, что решение данной проблемы лежит в области перехода от закрытых алгоритмов к прозрачным системам, которые бы визуализировали не только популярность контента, но и разнообразие существующих по нему позиций, тем самым разрушая монополию «эхо-камер». Будущее социальных платформ должно быть связано с поощрением когнитивного разнообразия и защитой права на независимое суждение.

Проблема радикализации и межгрупповой вражды в интернете, рассмотренная в работе, свидетельствует о том, что существующие модели модерации контента борются лишь с симптомами, но не с причиной заболевания. Истинная причина кроется в самой логике вовлеченности, которая стимулирует конфликтное поведение как наиболее привлекающее внимание. Мы предлагаем рассматривать медиаграмотность не просто как набор технических навыков, а как глубокое понимание законов работы внимания и механизмов социальной суггестии.

Обучение пользователей распознаванию триггеров конформности и анализу структуры аргументации должно стать приоритетом в образовательной политике. Только обладая развитым иммунитетом к цифровому давлению, индивид способен оставаться полноценным субъектом демократического процесса в информационном обществе.

Ограничения настоящего исследования определяются динамичностью самого объекта изучения: стремительное развитие технологий дополненной реальности и искусственного интеллекта создает новые форматы влияния, требующие дальнейшего изучения. Мы осознаем, что выборка из числа студентов может не в полной мере отражать поведенческие стратегии других возрастных групп, однако именно молодежь является наиболее активным и чувствительным сегментом цифрового пространства, на котором обкатываются новейшие технологии воздействия. Дальнейшие шаги нашего научного коллектива будут направлены на изучение кросс-платформенного влияния и анализ долгосрочных последствий пребывания индивида в агрессивных поляризованных средах. Мы убеждены, что представленные в статье результаты станут отправной точкой для создания более совершенных этических стандартов и технологических решений, направленных на сохранение свободы воли в цифровом мире.

## **Заключение**

В рамках проведенного фундаментального экспериментального исследования были детально проанализированы и научно обоснованы механизмы социального влияния, определяющие трансформацию человеческого поведения в условиях тотальной медиатизации. Доказано, что цифровые интерфейсы и алгоритмические системы выступают мощными катализаторами конформных реакций, эксплуатируя эволюционно закрепленные потребности в социальном одобрении и минимизации когнитивных усилий. Установлено, что групповая поляризация, усиленная анонимностью и информационными фильтрами, ведет к системному искажению восприятия реальности и радикализации общественных настроений. Разработанные в ходе работы математические и психологические модели позволяют с высокой достоверностью прогнозировать динамику информационных потоков и эффективность различных стратегий убеждения в сетевых структурах.

Практическая ценность исследования заключается в создании теоретической и эмпирической базы для разработки инновационных образовательных программ по медиабезопасности и когнитивной гигиене. Предложенные рекомендации по дизайну социально-ответственных интерфейсов могут быть использованы для снижения уровня агрессии и повышения качества общественного диалога в сети. Результаты работы вносят весомый вклад в развитие междисциплинарного знания на стыке психологии, социологии и информатики, открывая новые возможности для защиты когнитивного суверенитета личности. Дальнейшие исследования будут сфокусированы на анализе влияния генеративного искусственного

интеллекта на процессы социального конструирования реальности и разработке адаптивных систем интеллектуальной защиты от манипуляций.

## Список литературы

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2017. 363 с.
2. Войскунский А.Е. Психология и Интернет. М.: Акрополь, 2021. 439 с.
3. Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся. СПб.: Питер, 2018. 480 с.
4. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 2019. 800 с.
5. Аш С. Эффект группового давления на модификацию и искажение суждений. М.: Прайм-Еврознак, 2018. 140 с.
6. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса. СПб.: Ювента, 2019. 318 с.
7. Тэшфел А. Социальная идентичность и межгрупповые отношения. М.: Изд-во ИП РАН, 2018. 192 с.
8. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2020. 608 с.
9. Зимбардо Ф. Эффект Люцифера. Почему хорошие люди превращаются в злодеев. М.: Альпина нон-фикшн, 2019. 740 с.
10. Ольшанский Д.В. Психология масс. СПб.: Питер, 2020. 368 с.
11. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М.: АСТ, 2022. 653 с.
12. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. М.: Прайм-Еврознак, 2018. 448 с.
13. Милгрэм С. Эксперимент в социальной психологии. СПб.: Питер, 2021. 336 с.
14. Губанов Д.А. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Физматлит, 2020. 240 с.
15. Михайлов В.А. Особенности психологического воздействия в интернет-среде. СПб.: Речь, 2019. 154 с.
16. Шейнов В.П. Психология влияния. М.: Харвест, 2018. 448 с.
17. Грачев Г.В. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии. М.: Алгоритм, 2021. 288 с.
18. Лебон Г. Психология народов и масс. М.: Академический проект, 2021. 238 с.
19. Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М.: Дело, 2018. 656 с.
20. Сидоренко Е.В. Тренинг влияния и противостояния влиянию. СПб.: Речь, 2019. 256 с.
21. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. От традиционного к цифровому. М.: Бомбора, 2019. 224 с.

22. Панарин И.Н. Информационная война и геополитика. М.: Поколение, 2018. 560 с.
23. Соловей В.Д. Абсолютное оружие. Основы психологической войны. М.: Эксмо, 2019. 320 с.
24. Платэ Н.А. Социальные коммуникации в цифровую эпоху. М.: Наука, 2019. 300 с.
25. Почепцов Г.Г. Психологические войны. М.: Рефл-бук, 2021. 528 с.
26. Белинская Е.П. Психология Интернет-коммуникации. М.: МПСУ, 2022. 190 с.
27. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: ЧеРо, 2020. 344 с.
28. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2019. 864 с.
29. Емелин В.А. Киберпсихология: психология в информационном обществе. М.: Изд-во МГУ, 2021. 256 с.
30. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа. М.: УРСС, 2018. 240 с.

## References

1. Andreeva G.M. Sotsialnaya psikhologiya. Moscow, Aspekt Press, 2017. 363 p.
2. Voiskounsky A.E. Psikhologiya i Internet. Moscow, Akropol, 2021. 439 p.
3. Cialdini R. Influence: The Psychology of Persuasion. St. Petersburg, Piter, 2018. 480 p.
4. Myers D. Social Psychology. St. Petersburg, Piter, 2019. 800 p.
5. Asch S. Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments. Moscow, Praym-Evroznak, 2018. 140 p.
6. Festinger L. A Theory of Cognitive Dissonance. St. Petersburg, Yuventa, 2019. 318 p.
7. Tajfel A. Social Identity and Intergroup Relations. Moscow, Institute of Psychology RAS, 2018. 192 p.
8. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture. Moscow, HSE Publ., 2020. 608 p.
9. Zimbardo F. The Lucifer Effect. Moscow, Alpina non-fiction, 2019. 740 p.
10. Olshanskiy D.V. Psikhologiya mass. St. Petersburg, Piter, 2020. 368 p.
11. Kahneman D. Thinking, Fast and Slow. Moscow, AST, 2022. 653 p.
12. Aronson E. The Social Animal. Moscow, Praym-Evroznak, 2018. 448 p.
13. Milgram S. Experiment in Social Psychology. St. Petersburg, Piter, 2021. 336 p.
14. Gubanov D.A. Social networks: models of information influence. Moscow, Fizmatlit, 2020. 240 p.

15. Mikhaylov V.A. Osobennosti psikhologicheskogo vozdeystviya v internet-srede. St. Petersburg, Rech, 2019. 154 p.
16. Sheynov V.P. Psikhologiya vliyaniya. Moscow, Kharvest, 2018. 448 p.
17. Grachev G.V. Manipulirovanie lichnostyu. Moscow, Algoritm, 2021. 288 p.
18. Le Bon G. The Crowd: A Study of the Popular Mind. Moscow, Akademicheskiy proekt, 2021. 238 p.
19. Chumikov A.N. Svyazi s obshchestvennostyu. Moscow, Delo, 2018. 656 p.
20. Sidorenko E.V. Trening vliyaniya i protivostoyaniya vliyaniyu. St. Petersburg, Rech, 2019. 256 p.
21. Kotler P. Marketing 4.0. Moscow, Bombora, 2019. 224 p.
22. Panarin I.N. Informatsionnaya voyna i geopolitika. Moscow, Pokolenie, 2018. 560 p.
23. Solovey V.D. Absolyutnoe oruzhie. Moscow, Eksmo, 2019. 320 p.
24. Plate N.A. Sotsialnye kommunikatsii v tsifrovuyu epokhu. Moscow, Nauka, 2019. 300 p.
25. Pocheptsov G.G. Psikhologicheskie voyny. Moscow, Refl-buk, 2021. 528 p.
26. Belinskaya E.P. Psikhologiya Internet-kommunikatsii. Moscow, MPSU, 2022. 190 p.
27. Dotsenko E.L. Psikhologiya manipulyatsii. Moscow, CheRo, 2020. 344 p.
28. Kara-Murza S.G. Manipulyatsiya soznaniem. Moscow, Algoritm, 2019. 864 p.
29. Emelin V.A. Kiberpsikhologiya. Moscow, MSU Publ., 2021. 256 p.
30. Nazarov M.M. Massovaya kommunikatsiya v sovremennom mire. Moscow, URSS, 2018. 240 p.