

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ ЯВЛЕНИЙ

ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ

©2023 г. К.Л. Лидин

**Кандидат технических наук, эксперт народной дипломатии Федерации «Союз соотечественников»; Республика Болгария, София, ул. Никола Мирчев, 35; e-mail: lidinkl@hotmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7022-6871>.

DOI: 10.38098/ipran.sep_2023_31_3_02

Поступила в редакцию 4 июня 2023 г.

Аннотация. В XXI в. развитие технологий вышло на принципиально новый этап развития. Технологии становятся сетевыми (полевыми), и это влечет за собой кардинальные изменения в социально-психологической сфере. Подробно анализируются индексы счастья, принятые в разных странах, и собственно индустрия эмоций. Растет и доля эмоций в обычных товарах – одежда, жилье, продукты питания во многих регионах мира не могут быть проданы, если они не сопровождаются «упаковкой» из востребованных эмоций. Сегодня рынок эмоций достигает масштабов в десятки и сотни миллиардов условных долларов, и эти масштабы увеличиваются ежегодно. Подчеркивается, что производство эмоционально нагруженных образов приобретает промышленно-индустриальный характер. В статье проводится аналогия между промышленной революцией XIX – начала XX вв. и современным этапом научно-технологической революции. Как развитие промышленных методов производства вещей привело к экологическим кризисам и опасному загрязнению среды, так и современные информационные технологии угрожают ростом уровня «токсичных образов». Рассмотрены наиболее очевидные примеры болезнетворного действия сетевых технологий: постправда и массовый газлайтинг. Отмечается, что первым шагом на пути к обезвреживанию технологий третьего тысячелетия является осознание их негативных аспектов. Но даже такое осознание только начинается. Пока что люди, живущие в регионах с максимальным «социально-психологическим загрязнением», реагируют на него в основном путем самоизоляции.

Ключевые слова: социальная психология, сетевые технологии, двадцать первый век, индустрия эмоций, постправда, массовый газлайтинг.

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

Когда произносятся слова «технологии двадцать первого века», первым делом представляются виртуальные реальности, геновая инженерия или наноразмерные структуры. Но при более глубоком рассмотрении можно убедиться, что все эти (и многие другие) новаторские разработки являются фрагментами более обширного изменения, затрагивающего самые основы понятия технологии.

Технологии прошлого XX в. были преимущественно ориентированы на разработку объектов. Автомобиль и самолет, радиоприемник и телевизор, автоматическое оружие, танки и атомная бомба – все эти новшества, определившие технологический облик того века, являются самостоятельными и самодостаточными объектами. В этом смысле XX в. является прямым продолжением XIX в. с его механическими ткацкими станками, паровыми машинами и электрической лампочкой (Pison, 2012).

XXI в. решительно повернулся от технологических объектов в сторону сетевых и полевых технологий. Большинство гаджетов, которыми пользуются сегодня, обладают лишь малой долей автономии. Эти «квазиобъекты» служат только для доступа к действительно важной, основной технологии – технологии сети. В середине XIX в. немецкие грюндеры смогли, купив несколько английских паровозов, разобраться в их устройстве и за несколько лет наладить собственное производство аналогичных машин (Оггер, 1985). Но никакой гений не способен был бы понять, как работает сотовый телефон, не зная ничего о спутниках связи и протоколах согласования кодов (Veltz, 2000). Компьютер или, тем более, смартфон важны для нас не сами по себе, а в основном как портал или терминал для входа в глобальную информационную сеть или глобальное информационное поле (Abbate, 2000).

Сетевой характер технологий XXI в. на глазах растворяет множество границ и «швов» между технологическими и социальными процессами. Место

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

энергии, этой «крови» технологий прошлых веков, заняла информация – сущность гораздо менее управляемая и подконтрольная. Интернет существует над государственными и корпоративными границами, и информация свободно перетекает поверх языковых и национальных барьеров. Государственные, коммерческие и личные секреты тут и там сливаются в Сеть, и остановить эти процессы практически невозможно. Наступает состояние «глобальной деревни», которое Маршалл МакЛюэн предсказал еще в середине XX в. и в которой все всё про всех знают (Маклюэн, 2013).

Бруно Латур, изучая границы между общественными и естественными науками, приходит к выводу о растворении этих границ. На протяжении XX в. технологии, традиционно опирающиеся на естественнонаучную базу, проникают в сферу социальных наук и управления обществом. Поначалу этот процесс малозаметен (Б. Латур сравнивает его с появлением первых млекопитающих в эпоху динозавров). Но в XXI в. социальные технологии становятся вполне заметной реальностью и во многом определяют облик сегодняшнего, а тем более – завтрашнего мира (Латур, 2014).

Ярким примером социальных технологий является «экономика счастья». Вопрос о соотношении экономического развития общества и уровнем счастья людей впервые возник в семидесятых годах XX в. Именно тогда группа Ричарда Истерлина обнаружила, что быстрый рост потребления в США не сопровождается ростом числа людей, которые считают себя счастливыми (Easterlin, 1974). Этот факт вызвал глубокое потрясение в западном обществе, в котором до этого однозначно принималась идея идентичности счастья и дохода, а ВВП на душу населения считался универсальным мерилем удовлетворенности граждан. Феномен, при котором доходы растут, а счастье – нет, получил название «парадокс Истерлина» и до сих пор продолжает беспокоить исследователей (Родионова, 2014).

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

Позже на роль универсального показателя счастья стал претендовать социальный успех. Быстрая карьера, достижение высокого статуса, известность и популярность предлагались в качестве прямой дороги к счастью. Этот этап развития «экономики счастья» совпал с быстрым развитием телевидения, а затем – интернета и породил такие явления, как «минута славы», «лайкоманию» и другие разновидности нехимической аддикции от сетевых социальных медиа (Nakaya, 2015).

Дискуссии относительно того, какое именно определение счастья следует использовать в экономических моделях, продолжают с неослабевающей силой. Исторически первым возникло направление, которое использует субъективное понимание счастья и благополучия. Выводы об уровне счастья в обществе делаются на основе прямых опросов – как оценивают свой уровень счастья сами люди (Белобрыкина, Горбачева, 2019). Такое понимание лежит в основе наиболее лонгитюдных измерений уровня счастья авторитетных социологических компаний – так, опросы института Гэллапа проводятся, начиная с 1978 г. (Sustainable Development..., 2019).

В первое десятилетие текущего века были предприняты разработки более комплексного подхода к измерению уровня счастья. Так, во Франции в 2008 г. нобелевские лауреаты индиец Амария Сен и американец Джозеф Стиглиц предложили включить в индекс счастья такие индикаторы, как устойчивость развития экономики, безопасность, политические права граждан, состояние экологии и т.д.

Британские ученые разработали комплексный индекс под названием Всемирный индекс счастья (The Happy Planet Index), в который вошли (кроме субъективных данных опроса населения) такие показатели, как продолжительность жизни и «экологический след».

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

Власти Китая в 2011 г. приняли решение ввести собственный индекс счастья. Он рассчитывается на основе 16 показателей – как традиционных экономических индикаторов, так и весьма необычных. Индекс учитывает расходы на научные исследования, образование, культуру и спорт. Кроме того, принимается в расчет метраж жилой площади на человека, количество врачей на тысячу жителей, площадь зеленых насаждений и даже отношение объема эмиссии углекислого газа к размеру ВВП.

Начиная с 2012 г. ООН также выпускает ежегодный рейтинг стран по уровню счастья (World Happiness Report). В индекс, принятый за основу в этом документе, входят шесть показателей: ВВП на душу населения, социальная поддержка, ожидаемая продолжительность жизни, свобода граждан самостоятельно принимать жизненно важные решения, щедрость и отношение к коррупции (Суховерхов, Калитко, 2022).

Разнообразие индексных методов подсчета уровня счастья весьма велико. Неудивительно, что все эти методы дают результаты с большим разбросом и противоречат друг другу. Тем временем быстро развивается совсем другое направление в философии и технологии счастья – директивное и патерналистское. Опираясь на принципы позитивной психологии (Э. Динер, М. Чиксентмихайи, М. Селигман, М. Аргайл, Д. Вэйллант, Д. Канеман, Д. Келтнер, С. Мюррей, Э. Резески, М. Финчман, С. Хазан, Л. Харкер, Г. Ховард и др.), директивная парадигма ставит своей целью сконструировать универсальный образ счастья, который затем будет навязываться людям, независимо от их субъективного мнения на этот счет. Согласно этой парадигме, люди крайне редко осознают, в чем заключается их счастье, и какие способы ведут к его увеличению. Убеждать и просвещать массового потребителя в этом вопросе также не имеет смысла. Гораздо более эффективным является путь скрытых манипуляций, повышающих уровень счастья, независимо от желаний

и капризов масс. Вышедшая в 2008 г. книга Ричарда Талера и Касса Санстейна «Nudge» («Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье») содержит ясную формулировку «теории подталкивания» – способа необъявленного воздействия на процесс принятия решений, который может скрытно влиять на поведение людей, не прибегая к прямым запретам и предписаниям (Thaler, Sunstein, 2021).

Директивная парадигма счастья послужила основой для возникновения и бурного развития «индустрии эмоций» (Moshe, 2014). Несмотря на экономические кризисы, быстро растут рынки товаров и услуг, ценность которых составляют различные эмоции (Лидин, 2007). Одновременно растет и доля эмоций в обычных товарах – одежда, жилье, продукты питания во многих регионах мира не могут быть проданы, если они не сопровождаются «упаковкой» из востребованных эмоций. Сегодня рынок эмоций достигает масштабов в десятки и сотни миллиардов условных долларов, и эти масштабы увеличиваются ежегодно (рис.1).



Рис. 1. Основные группы товаров, товарная ценность которых определяется эмоциями (Лидин, 2022)

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

Наиболее дальновидные исследователи уже выражают тревогу по поводу столь стремительного развития индустрии эмоций, особенно учитывая слабую изученность эмоциональной сферы (в современной науке даже нет внятного определения эмоций). Неограниченный рост промышленных технологий производства и распространения эмоций аналогично беспорядочному росту химических и металлургических производств в Европе начала XIX в. За несколько десятилетий промышленные выбросы отравили воду, землю и воздух Европы. Только в начале XX в. развитые промышленные регионы (включая Россию) начали вводить законодательные ограничения на промышленные технологии, но последствия безудержной индустриализации сказываются до сих пор (Tarr, 1996). Аналогичным образом, индустрия эмоций навязывает массовому потребителю неестественные эмоциональные потребности. С одной стороны, индустрия эмоций стимулирует потребление чрезмерно интенсивных аффектов (восторг и экстаз вместо радости, истерику вместо любопытства и так далее). С другой стороны, рынок диктует несимметричную, перекошенную и невротичную форму эмоциональной сферы. Вместо равновесного и сбалансированного состояния потребителю навязывается представление о «хороших» и «плохих» эмоциях. «Хорошие» эмоции необходимо стимулировать, а от «плохих» – избавляться, и здесь в ход идут все более сильнодействующие средства. Распространение как законных антидепрессантов и других психохимических средств, так и незаконных сочетается с массовым потреблением эмоциональных стимуляторов нехимического типа. Фанатичные пользователи социальных сетей зачастую готовы нарушать закон, рисковать своим (и чужим) здоровьем и даже жизнью ради большего числа просмотров и «лайков» своих постов в ютубе, инстаграме, телеграме. Интернет-аддикция быстро «молодеет» – ей подвержены все более

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

ранние возрастные группы и принимает более глубокие и разнообразные формы.

Отметим некоторые из наиболее ярких проявлений распространения «индустриальных эмоций» в молодежной среде. Первым пунктом идет активное вытеснение реальных референтных фигур (героев прошлого, политиков, военачальников, крупных ученых и артистов) виртуальными персонажами. Историческое идеи Мишеля Фуко, согласно которым ключевые фигуры истории это люди больные, аморальные и отвратительные, приобрели большое влияние во второй половине двадцатого века. В текущем веке в массовом сознании прочно закрепилось представление о том, что движущими силами истории являются самые низкие и мерзкие мотивы человеческого поведения – садизм, алчность, властолюбие, извращенная сексуальность и так далее. Не осталось практически ни одной фигуры в прошлом и настоящем, которая избежала бы очернения и закидывания грязью. Вполне логично, что молодое поколение ищет позитивные образы в виртуальных мирах. Супергерои, покемоны и прочие персонажи сказок XXI в. становятся единственными объектами уважения и образцами, с которых молодежь стремится «делать жизнь». Разумеется, подобные процессы дополнительно подталкивают молодежь к уходу в виртуальные Метавселенные, где только и возможно подражание супергероям.

Следующим пунктом следует отметить растворение индивидуальности. Потребитель продукции «индустрии эмоций» утрачивает самосознание, ощущение центра личности («селф» или «самость» по К.Г. Юнгу). Индивидуальное ядро личности закрывается и теряет доступ во внешние, периферические части личности – и вместе с тем и доступ в сферу действия. Мощный поток искусственно стимулированных периферических переживаний успешно подменяет собой индивидуальные мысли и чувства. Молодой человек

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

приучается питаться уже переработанными и упрощенными для восприятия образами, и этот поп-культурный «фаст-фуд» активно мешает приобретать собственный опыт глубоких и сложных переживаний. В результате человек перестает ценить и развивать свою индивидуальность и становится просто «узелком в сети». Его мнения, вкусы, реакции и поступки диктуются безликим «мнением Сети». Решающий и зачастую единственный аргумент выглядит как «Ну, все же так думают (поступают) – значит, это правильно и хорошо».

Еще одним важным следствием развития индустрии эмоций является массовая шизофренизация. Привычка к некритическому восприятию образов, навязанных через информационные сети, неизбежно приводит к постоянно возникающим ситуациям когнитивного диссонанса. Образы, которые бесконтрольно фланируют по Сети, сталкиваются друг с другом, и тут оказывается, что они совершенно несовместимы. Образы сложные, направленные на создание цельной и связной картины мира, плохо продаются. Гораздо выгоднее производить и транслировать простые и короткие истории. В любом фильме Марвел о супергероях битва со злом сопровождается огромными разрушениями и гибелью множества совершенно посторонних людей, но эти обстоятельства выведены за границу основного образа – они несущественны, ими можно и должно пренебречь. В то же время каждый из персонажей, находящихся в фокусе внимания, обладает значительной ценностью. Супергерой может десять минут экранного времени рыдать и кричать «О, нет!» над раненым соратником, но он же остается совершенно равнодушным к бедам, которые его сражение со злом причиняет мирному населению. Двойные, тройные и множественные этические стандарты неизбежно приводят к расслоению личности – фрагменты картины мира приобретают антагонистический характер, и отдельные части личности теряют связь между собой (Питайкина, Белобрыкина, 2018). Формируется личность,

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

разделенная на множество фрагментарных и неполноценных субличностей (термин Р. Ассаджоли), которые даже не враждуют, а просто не замечают друг друга.

В социально-психологическом плане последствия развития технологий XXI в. также выглядят неоднозначно. Промышленное производство и сетевая трансляция эмоционально нагруженных образов порождает, в частности, такое явление, как «*постправда*». Словарное определение постправды таково: «Post-truth (пост-правда) – обстоятельства, в которых объективные факты менее важны для формирования общественного мнения, чем воздействие на эмоции и личные убеждения» (Чугров, 2019). Постправда это форма социально-психологической манипуляции, при которой факты подменяются эмоциями. Различают следующие методы, которыми адепты постправды оперируют на информационных рынках:

- *вау-эффект* (*wow-effect*) – психолингвистические приемы формирования шоковой эмоциональной нагрузки на отдельные элементы сообщения. Например, крупный шрифт, обилие знаков препинания, использование преувеличенно аффективной лексики, навязчивое повторение словосочетаний, использование жаргонизмов и обценной лексики, замена объективных характеристик на оценочные и так далее (например: ЗА ЭТОГО ГРЯЗНОГО ПОЛИТИКАНА ГОЛОСУЮТ ОДНИ ЛОХИ!!!);

- *фейк* (*fake*) – ложное или одностороннее сообщение, прямая ложь или полуправда. Фейки зачастую содержат ссылки на анонимные «источники, которым мы доверяем» или на мнение неких «авторитетных лиц» (например, никому не известных «экспертов»). Часто фейки представляют собой просто грубую ложь, не имеющую никакой связи с реальностью. Позже СМИ могут даже опубликовать опровержение, но это почти никогда не компенсирует эмоциональное воздействие фейкового сообщения;

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

- эффект «эхо-камеры» (*echo chamber effect*) – создание закрытых сообществ единомышленников, внутри которых одно и то же сообщение многократно повторяется и в результате приобретает свойства непреложной истины: «Это правда, потому что мы все так говорим». Эффект эхо-камеры способен полностью подавить способность к критическому мышлению и заставить входящих в сообщество людей верить любому, сколь угодно противоречивому и нелепому сообщению.

Еще одним социально-психологическим явлением, получившим широкое распространение благодаря индустрии эмоций, является массовый *газлайтинг*. В индивидуальной психологии газлайтинг известен довольно давно, само это слово происходит от названия фильма 1944 г. с Ингрид Бергман по пьесе Патрика Гамильтона «*Gaslight*» («Газовый свет», отсюда понятие *gaslighting*). Главный персонаж фильма постепенно сводит с ума свою жену (ее играет Бергман), внушая ей сомнения в своей адекватности. Позже «газлайтинг» получил статус термина и стал означать токсичную манипулятивную технологию расшатывания здравого смысла и доверия к себе у жертвы манипуляции (Стерн, 2022).

В основе технологии газлайтинга лежит навязывание жертве эмоции вины. Основной тезис, который настойчиво внушается и повторяется – «Вы сами виноваты во всех своих проблемах». Упал уровень жизни? – «Ты сам виноват, что не способен зарабатывать больше денег». Система образования ничему не учит, а только развращает детей? – «Ты сам виноват, не смог подготовить своего ребенка к “реальной жизни”». Растет уровень насилия в обществе? – «Надо быть более агрессивным и нападать первому». СМИ непрерывно внушают потребителю идею: ты недостаточно хорош, чтобы быть успешным. Для сравнения постоянно приводятся сказочные примеры богатых и знаменитых персонажей, которые «сделали свой успех сами» – это простые,

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

обычные ребята, и каждый может стать таким же успешным. А если ты не можешь этого, значит, с тобой что-то не так. Эта ложь сводится к формуле: общество в целом находится в прекрасном, здоровом состоянии, так что все твои проблемы – это следствие твоих личных ошибок и недостатков. При настойчивом и изобретательном навязывании подобных идей у объекта манипуляции постепенно атрофируется чувство собственного достоинства, воля и здравый смысл, и жертва оказывается в полном психологическом рабстве у манипулятора.

Очевидно, основным заказчиком и инвестором промышленного производства газлайтинга являются правящие элиты. Особенно далеко по этому пути ушли западные страны. В Болгарии, в частности, массовый газлайтинг приобрел характер постоянного социально-психологического фона, что крайне тяжело сказывается как на уровне отдельных личностей, так и на уровне национального самосознания.

«Социально-психологические токсины», продукты индустрии эмоций являются побочными следствиями развития технологий XXI в. До сих пор в истории человечества не возникало подобных проблем. У нас все еще нет эффективных способов борьбы с этими негативными явлениями. Очевидно, первым шагом на пути к обезвреживанию технологий третьего тысячелетия является осознание их негативных аспектов. Но даже такое осознание только начинается. Пока что люди, живущие в регионах с максимальным «социально-психологическим загрязнением», реагируют на него в основном путем самоизоляции. Аутизм в той или иной форме приобретает формы эпидемии. Появился уже термин «цунами аутизма». Возвращаясь к экономике, заметим, что аутистические расстройства приносят огромный ущерб человеческому капиталу, а прогнозы в этой сфере носят еще более угрожающий характер (Blaxill et al., 2022).

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

Остается лишь надеяться, что выход подскажут междисциплинарные исследования на стыке социальной психологии, экономики и STS – исследования науки и технологии, «технологология» (термин Бруно Латура). Новые технологии уже здесь, и никто не в силах отменить их присутствие.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Белобрыкина О.А., Горбачева Я.Е.* Особенности представлений о «хорошей жизни» у подростков группы риска девиантного поведения // Вестник Вятского государственного университета. 2019. № 3(133). С. 149-159. DOI: 10.25730/VSU.7606.19.046.
- Латур Б.* Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / Под ред. С. Гавриленко. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014.
- Лидин К.Л.* Эмоциональная экономика // Модернизация экономики и общественное развитие: в 3 кн. Кн. 2 / Отв. ред. Е.Г. Ясин. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. С. 257-264.
- Лидин К.Л.* Этико-эстетические парадигмы и цветовая среда города // Проект Байкал. 2022. № 71. С. 138-143.
- Маклюэн М.* Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М.: Академический проект, Гаудеамус, 2013.
- Оггер Г.* Магнаты... Начало биографии. М.: Прогресс, 1985.
- Питайкина А.А., Белобрыкина О.А.* Симулякры развития в современной мультипликации (на примере экспертной оценки мультфильма «Фердинанд») // Вестник по педагогике и психологии Южной Сибири. 2018. № 1. С. 58-76.
- Родионова Л.А.* Парадокс Истерлина в России // Известия Саратовского университета. Серия: Экономика. Управление. Право. 2014. № 2-2. С. 386-393.
- Стерн Р.* STOP газлайтинг. Скрытые манипуляции для управления твоей жизнью. СПб: Питер. 2022.
- Суховерхов А.В., Калитко С.А.* Теория счастья в XXI в.: в поисках социально-экономических оснований // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 478. С. 50-57.
- Чугров С.В.* Эпоха постправды как новая реальность // Стратегические коммуникации в цифровую эпоху. Новые технологии: Учебное пособие / Под ред. Л.С. Сальниковой. М.: ИД «Научная библиотека», 2019. С. 45-59.
- Abbate J.* Inventing the Internet (Inside Technology). Cambridge MA: MIT Press, 2000.

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

- Blaxill M., Rogers T., Nevison C.* Autism Tsunami: the Impact of Rising Prevalence on the Societal Cost of Autism in the United States // *Journal of Autism and Developmental Disorders*. 2022. V. 52. P. 2627-2643.
- Easterlin R.A.* Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence // *Nations and Households in Economic Growth*. N.Y.: Academic Press, 1974. P. 89-125.
- Sustainable Development Solutions Network (SDSN) Tracks the World's Happiness. 2019 // Gallup. URL: <https://www.gallup.com/analytics/247355/gallup-world-happiness-report.aspx> (дата обращения: 22.02.2022).
- Moshe M.* The Emotions Industry. London: Nova Science Pub Inc. 2014.
- Nakaya A.* Internet and Social Media Addiction, San Diego, CA: Referencepoint Press. 2015.
- Picon A.* Technology, Virtuality, Materiality // *Crysler C. G., Cairns S., Heynen H.* The SAGE Handbook of Architectural Theory. London: SAGE, 2012. DOI: 10.4135/9781446201756.
- Tarr J.A.* Search for the Ultimate Sink: Urban Pollution in Historical Perspective, Akron. OH: University Of Akron Press. 1996.
- Thaler R. H., Sunstein C. R.* Nudge: The Final Edition. London: Penguin Books. 2021.
- Veltz P.* Le Nouveau Monde Industriel. Paris: Gallimard, 2000.

BIBLIOGRAFICHESKYJ SPISOK

- Belobrykina O.A., Gorbacheva YA.E. Osobennosti predstavlenij o «horoshej zhizni» u podrostkov grupy riska deviantnogo povedeniya // *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2019. № 3(133). S. 149-159. DOI: 10.25730/VSU.7606.19.046.
- Latur B. Peresborka social'nogo: vvedenie v aktorno-setevuyu teoriyu / Pod red. S. Gavrilenko. M.: Izd. Dom Vysshej shkoly ekonomiki, 2014.
- Lidin K.L. Emocional'naya ekonomika // *Modernizaciya ekonomiki i obshchestvennoe razvitie: v 3 kn. Kn. 2 / Otv. red. E.G. YAsin*. M.: Izd. dom GU VSHE, 2007. S. 257-264.
- Lidin K.L. Etiko-esteticheskie paradigmy i cvetovaya sreda goroda // *Proekt Bajkal*. 2022. № 71. S. 138-143.
- Maklyuen M. Galaktika Gutenberga. Stanovlenie cheloveka pechatayushchego. M.: Akademicheskij proekt, Gaudeamus, 2013.
- Ogger G. Magnaty... Nachalo biografii. M.: Progress, 1985.
- Pitajkina A.A., Belobrykina O.A. Simulyakry razvitiya v sovremennoj mul'tiplikacii (na primere ekspertnoj ocenki mul'tfil'ma «Ferdinand») // *Vestnik po pedagogike i psihologii YUzhnoj Sibiri*. 2018. № 1. S. 58-76.

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

- Rodionova L.A. Paradoks Isterlina v Rossii // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo. 2014. № 2-2. S. 386-393.
- Stern R. STOP gazlajting. Skrytye manipulyacii dlya upravleniya tvoej zhizn'yu. SPb: Piter. 2022.
- Suhovertov A.V., Kalitko S.A. Teoriya schast'ya v HKHI v.: v poiskah social'no-ekonomicheskikh osnovanij // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. 2022. № 478. S. 50-57.
- CHugrov S.V. Epoha postpravdy kak novaya real'nost' // Strategicheskie kommunikacii v cifrovuyu epohu. Novye tekhnologii: Uchebnoe posobie / Pod red. L.S. Sal'nikovoj. M.: ID «Nauchnaya biblioteka», 2019. S. 45-59.
- Abbate J. Inventing the Internet (Inside Technology). Cambridge MA: MIT Press, 2000.
- Blaxill M., Rogers T., Nevison C. Autism Tsunami: the Impact of Rising Prevalence on the Societal Cost of Autism in the United States // Journal of Autism and Developmental Disorders. 2022. V. 52. R. 2627-2643.
- Easterlin R.A. Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence // Nations and Households in Economic Growth. N.Y.: Academic Press, 1974. P. 89-125.
- Sustainable Development Solutions Network (SDSN) Tracks the World's Happiness. 2019 // Gallup. URL: <https://www.gallup.com/analytics/247355/gallup-world-happiness-report.aspx> (data obrashcheniya: 22.02.2022).
- Moshe M. The Emotions Industry. London: Nova Science Pub Inc. 2014.
- Nakaya A. Internet and Social Media Addiction, San Diego, CA: Referencepoint Press. 2015.
- Picon A. Technology, Virtuality, Materiality // Crysler C. G., Cairns S., Heynen H. The SAGE Handbook of Architectural Theory. London: SAGE, 2012. DOI: 10.4135/9781446201756.
- Tarr J.A. Search for the Ultimate Sink: Urban Pollution in Historical Perspective, Akron. OH: University Of Akron Press. 1996.
- Thaler R. H., Sunstein C. R. Nudge: The Final Edition. London: Penguin Books. 2021.
- Veltz P. Le Nouveau Monde Industriel. Paris: Gallimard, 2000.

К.Л. Лидин

Проблема использования сетевых технологий для социально-психологического манипулирования

THE PROBLEM OF USING NETWORK TECHNOLOGIES FOR SOCIO-PSYCHOLOGICAL MANIPULATION

K.L. Lidin

****Ph.D. (technics), expert of Compatriot's Union Federation; 35, Mirchev str., Sofia, Republic of Bulgaria; e-mail: lidinkl@hotmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7022-6871>.**

Summary. In the XXI century, the development of technologies reached a fundamentally new stage of development. Technologies become network (field), and this entails radical changes in the socio-psychological sphere. Happiness indices adopted in different countries and the emotion industry itself are analyzed in detail. The share of emotions in ordinary goods is also growing - clothes, housing, food in many regions of the world cannot be sold if they are not accompanied by «packaging» of demanded emotions. Today, the emotion market reaches a scale of tens and hundreds of billions of notional dollars, and these scales increase annually. It is emphasized that the production of emotionally loaded images acquires an industrial character. The article draws an analogy between the industrial revolution of the XIX - early XX centuries, and the modern stage of the scientific and technological revolution. Just as the development of industrial methods for the production of things has led to environmental crises and dangerous environmental pollution, so modern information technology threatens to increase the level of «toxic images». The most obvious examples of the pathogenic effect of network technologies are considered: post-truth and mass gaslighting. It is noted that the first step towards neutralizing technologies of the third millennium is the awareness of their negative aspects. But even such awareness is just beginning. So far, people living in regions with maximum «socio-psychological pollution» react to it mainly by self-isolation.

Keywords: social psychology, network technologies, twenty-first century, emotion industry, post-truth, mass gaslighting.