

Кристиан  
Монтаг

# НОВЫЕ БОГИ

Как онлайн-платформы  
манипулируют нашим  
выбором и что вернет  
нам свободу

Перевод с немецкого  
*Екатерины Токовининой*

Individuum  
2023

УДК 316.6

ББК 88.521.5

М77

Монтаг, Кристиан.

М77 Новые боги. Как онлайн-платформы манипулируют нашим выбором и что вернет нам свободу / Кристиан Монтаг ; [пер. с нем. Е. Токовининой.]. — Москва : Individuum, 2023. — 352 с.: ил.

ISBN 978-5-6048296-7-7

IT-корпорации успешно конкурируют с государствами в том, что касается управления людьми. Наши данные — новая нефть, и, чтобы эффективно добывать их, IT-гиганты идут на многочисленные ухищрения. Вы не считаете себя зависимым от соцсетей, мессенджеров и видеоплатформ человеком? «Новые боги» откроют глаза на природу ваших отношений с технологиями. Немецкий профессор, психолог Кристиан Монтаг подробно показывает, как интернет стал машиной слежки и манипуляций для корпораций Кремниевой долины и компартии КНР, какие свойства человеческой природы технологические гиганты используют для контроля над пользователями — и что мы можем сделать, чтобы перестать быть рабами экрана.

УДК 316.6

ББК 88.521.5

© 2021 by Christian Montag and Karl Blessing Verlag,  
a division of Penguin Random House  
Verlagsgruppe GmbH, München, Germany

© Е. Токовина, перевод, 2023

© Е. Лупанова, обложка, 2023

ISBN 978-5-6048296-7-7

© ООО «Индивидуум Принт», 2023

# ОГЛАВЛЕНИЕ

- 11 Предисловие к русскоязычному изданию  
15 Предисловие
- 21 **Глава 1.** Бизнес-модель IT-корпораций
- 43 **Глава 2.** Игра, удовольствие и развлечение?  
Что толкает нас к использованию новых технологий
- 75 **Глава 3.** Как приложения и сайты массово удерживают людей при помощи психологических уловок
- 127 **Глава 4.** Покажи мне свой цифровой след, и я скажу, кто ты
- 161 **Глава 5.** «Стеклянный» пациент? Цифровое фенотипирование, электронная медицинская карта, машинное обучение и искусственный интеллект
- 177 **Глава 6.** IT-компании манипулируют нами при помощи предварительной фильтрации контента?
- 201 **Глава 7.** Психологические расстройства, связанные с использованием интернета, и зависимое поведение
- 225 **Глава 8.** Стратегии борьбы с фрагментацией повседневной жизни и знакомство с движением Quantified Self

255	<b>Глава 9. «Эффект отеля „Калифорния“»</b> в интернете и как с ним бороться
297	Послесловие
299	Благодарности
305	Примечания

*Моим родителям Ингрид и Удо, которым уже не понадобятся услуги технологических корпораций*

*Моей жене Сюзанне и брату Томасу, которым очень трудно отказаться от услуг цифровых гигантов*

*Моей дочери Ханне, у которой должна быть личная жизнь, когда она подрастет*



*You can check-out any time you like, but you can never  
leave\*.*

*The Eagles. «Hotel California»*

---

\* Вы можете выписаться в любое время, но никогда не сможете уйти  
(англ.). — Прим. пер.



# ПРЕДИСЛОВИЕ К РУССКОЯЗЫЧ- НОМУ ИЗДАНИЮ

Дорогие читатели, очень рад увидеть мою книгу опубликованной на русском языке. Я закончил писать ее в 2021 году, вскоре после атаки сторонников Дональда Трампа на Капитолий США в Вашингтоне. Немецкоязычный оригинал «Новых богов» (под названием «Du gehörst uns!»)\* вышел в октябре 2021-го; с тех пор прошло почти полтора года. Тем не менее, несмотря на то что новые исследования в области социальных медиа появляются очень быстро, темы и идеи, затронутые в книге, сохраняют актуальность.

В сегодняшней новостной повестке доминируют такие темы, как территориальный спор между Китаем и Тайванем, а также конфликт России и Украины, из-за которого страдает огромное множество людей. На этом фоне во многих точках земного шара, охваченных кризисами, пользователи полагаются на популярные социальные сети и мессенджеры — не только принадлежащие корпорации Meta\*\*, но и Weibo, WeChat или TikTok (в Китае) или «ВК» и «Одноклассники» (в России) — как для удовлетворения потребности в общении, так и для получения критически важной информации о развитии событий. Разумеется, это делает соцсети желанной мишенью кампаний по дезинформации, авторы которых стремятся манипулировать обществом, формируя мнения миллионов и даже миллиардов людей. Одновременно происходит

---

\* Переводится как «Ты принадлежишь нам». — *Здесь и далее, если не указано иное, примечания редактора.*

\*\* Признана в России экстремистской организацией.

«балканизация» интернета, он распадается на множество интранет-сегментов на уровне стран: так, мы видим «великий китайский файрволл», возведенный в КНР, и ограничения, существующие в Рунете, — власти соответствующих государств стремятся оградить своих граждан от альтернативных точек зрения и информации, поступающей из-за пределов информационных пузырей. И все же, на мой взгляд, попытки изолировать интернет-пользователей не будут успешны: во-первых, чтобы получить необходимую информацию, люди используют VPN-сервисы; во-вторых, в любом случае происходит экспорт технологий, в том числе между, казалось бы, закрытыми обществами. Примером может послужить успешный экспорт появившегося в России приложения-мессенджера Telegram (разработан Павлом и Николаем Дуровыми) или системы распознавания лиц FindFace (разработана российской компанией NtechLab). Кстати, в этой книге вы найдете информацию в том числе о том, какие психологические переменные позволяет проанализировать распознавание лиц.

Я писал эту книгу, чтобы показать, насколько могущественны корпорации, владеющие социальными сетями, те самые «новые боги», и как бизнес-модель данных, на которой базируются механизмы соцсетей, эксплуатирует человека. Технологические гиганты несут ответственность не только за уничтожение нашей приватности, но и за массовое распространение фейковых новостей, на которое они закрывают глаза. Кроме того, у некоторых пользователей соцсетей развивается привыкание к соответствующим платформам, из-за чего они незаметно для себя проводят на них больше времени, чем хотели бы. В связи с этим книга затрагивает и тему психического здоровья интернет-пользователей.

Как правильно сформулировала Шошана Зубофф в книге «Капитализм слежки», сегодня Big Tech не просто стремится как можно чаще привлекать наше внимание — цифровые гиганты желают собирать всю возможную информацию о нас. Они отслеживают мельчайшие детали нашей повседневной жизни, чтобы потом получить миллиарды долларов с помощью бизнес-модели

данных. Хуже того, в некоторых странах капитализм слежки накладывается на государственное давление: власти изучают цифровые следы пользователей, чтобы дискредитировать своих критиков или даже полностью заставить их замолчать, — что приближает нас к антиутопиям в духе Джорджа Оруэлла.

Как это ни печально, мы можем констатировать, что повсеместное использование бизнес-модели данных и механизмов слежки за людьми подорвало изначальную идею социальных медиа — способствовать здоровому общению между людьми и живому обмену мнениями во имя совершенствования общества. Это не может не разочаровывать: социальные сети могли бы быть гораздо полезнее людям, чем сейчас. В связи с этим последние две главы книги посвящены двум вопросам: а) как мы можем изменить свое онлайн-поведение, чтобы минимизировать число проблем, связанных с бизнес-моделью данных; б) как нам стоит изменить социальные медиаплатформы, чтобы высвободить их плодотворный потенциал. На мой взгляд, самое время переосмыслить социальные медиа. Не так давно я вместе с рядом коллег опубликовал научную статью, где мы продолжаем размышлять, как это сделать, — она находится в свободном доступе, и я буду рад, если читатели этой книги захотят с ней ознакомиться. Ее легко найти по хештегу #restartsocialmedia.

Надеюсь, моим российским читателям будет интересно и полезно ознакомиться с «Новыми богами». Возможно, эта книга убедит вас пересмотреть свои онлайн-привычки, более критически относиться к информации в интернете — а также очень внимательно подходить к тому, что вы пишете или репостите. Не вся информация, которую мы можем найти в соцсетях, правдива, а некоторые онлайн-медиа склонны распространять фейковые новости. В то же время сам термин «фейки» становится оружием в руках политиков — можно вспомнить, к примеру, как Трамп обвиняет всех своих критиков поголовно в распространении лжи. Поэтому важно аккуратно подходить к соответствующему термину: с научной точки зрения, фейковые новости — это сообщения, поданные

под видом новостных, при этом содержащие мало правдивой информации и нацеленные на обман читателей.

В конце этого предисловия я хотел бы поблагодарить главного редактора издательства Individuum Феликса Сандалова, переводчицу Екатерину Токовину, редакторов Олега Егорова и Кристину Денисенко, а также всех остальных людей, кто помог «Новым богам» увидеть свет на русском языке. Я высоко ценю их веру в мой проект, а также смелость, необходимую, чтобы опубликовать эту работу на русском в тяжелое и опасное время.

*Кристиан Монтаг  
Кёльн, 23 марта 2023 года*

# ПРЕДИСЛОВИЕ

В научной среде есть крылатая фраза, которой можно шутливо ответить на вопрос, почему вы выбрали ту или иную тему для исследований: «Research is Me-Search»\*. Здесь есть лишь доля юмора. В вольном переводе это означает, что, выбирая тему для работы, ученый всегда ищет такую, которая откроет ему что-то новое о себе самом. Сам я, несомненно, отношусь к людям, исследующим тему, тесно связанную с их жизнью, и это нашло отражение и в моей карьере.

Уже в середине 1990-х годов я плотно увлекся всемирной паутиной (WWW) и научился программировать веб-сайты. Получив базовые знания, я быстро принялся продвигать в интернете свою тогдашнюю рок-группу. Получилось на удивление хорошо, и в 2000 году мой портал даже получил награду MTV & Yahoo Online Music Award (за лучшую страницу группы, не имеющей контракта со студией звукозаписи)<sup>1</sup>, которую нам вручил сам Смудо из *Die Fantastischen Vier*\*\* . Несколько лет создание сайтов было для меня основным источником заработка; еще я фрилансил на кёльнском телеканале RTL. А в 24 года начал учиться на психолога и решил немного отдохнуть от работы в онлайнe.

Во время учебы я, конечно, никогда не уходил полностью в офлайн, но интернет тогда был совершенно другим: не было инстаграма и ватсапа, зато уже работал ICQ — первый мессенджер с мгновенным обменом сообщениями, который жутко раздражал громким «ку-ку» при каждом входящем. Как это часто случается, мой первоначальный интерес к интернету к середине

---

\* Исследование — это поиск себя (англ.). — Прим. пер.

\*\* Культовая немецкая хип-хоп-группа, название переводится как «Фантастическая четверка». — Прим. пер.

нулевых постепенно начал угасать, и я сделал вывод, что с появлением Web 2.0\* кое-что изменилось.

Оглядываясь назад, я отмечаю, что со временем стал по-другому реагировать на электронные письма. Если в 1990-е можно было спокойно ответить на письмо через несколько дней, то в какой-то момент я начал замечать, что стараюсь тут же реагировать на каждое сообщение. Без сомнений, ответственность за ускорение онлайн-общения, чрезвычайно повышающее уровень стресса, несут социальные сети и разработчики многочисленных приложений для смартфонов. Их интерфейс выстроен так, что заставляет реагировать мгновенно — в любом месте и в любое время. Началось все с ватсапа, но в какой-то момент я стал переносить эту нездоровую привычку на электронную почту и в другие сферы жизни... Если я получаю мгновенный ответ на сообщение в мессенджере, значит, и на имейлы собеседник должен отвечать быстро! Вроде бы логично.

Честно говоря, долгое время я думал, что это какие-то особенности личности заставляют меня слишком много времени проводить в сети. В пиковые моменты я сидел в телефоне больше трех часов в сутки; на прошлой неделе функция экранного времени Apple, к счастью, показала «всего» 1,17 часа. Как психолог, я знаю, что определенные свойства личности действительно могут способствовать более длительному пребыванию в интернете и другим особенностям поведения, таким как легкомысленное отношение к собственным данным. К примеру, в рамках своего исследования я смог доказать, что менее сознательные или более невротичные люди склонны больше сидеть в интернете. Невротики, помимо всего прочего, в этих условиях могут быть подвержены повышенной тревожности. Но что здесь первично? Приводит ли постоянное использование гаджетов к повышенному уровню

---

\* Web 2.0 — термин для описания сайтов и онлайн-платформ, опирающихся на созданный пользователями контент. Считается, что Web 2.0 начал развиваться в 2000-е годы, с появлением соцсетей и распространением мобильного интернета.

невротизации или, наоборот, невротикам в принципе более свойственно проводить много времени во всемирной паутине (WWW)? В этой книге я подробно рассмотрю подобные корреляции. Опыт работы личностным психологом и накопленные знания в различных областях науки убедили меня в том, что индивидуальные особенности психики человека не могут объяснить, почему через 30 лет после появления в 1991 году интернета около 68% людей на планете регулярно находятся онлайн<sup>2</sup> и почти три миллиарда из них пользуются сервисами корпорации Meta<sup>3,\*</sup>. Поскольку я взаимодействую с самыми разными научными дисциплинами: информатикой, экономикой и медициной, — как психологу и исследователю мозга, мне было необходимо всякий раз смотреть на предмет своих научных изысканий через новую призму. Постепенно я пришел к заключению, что одного понимания, как поведение в интернете связано с особенностями личности, недостаточно. Не менее важно видеть психологические механизмы, специально нацеленные на то, чтобы как можно дольше удерживать пользователей онлайн, невзирая на личностные характеристики. Эти механизмы позволяют технологическим гигантам анализировать постоянно увеличивающийся цифровой след пользователей, чтобы эффективнее продавать каждому всё новые товары и услуги. В этой книге будут затронуты обе темы. С одной стороны, мы рассмотрим элементы приложений: новостную ленту фейсбука, «двойную галочку» ватсапа (подтверждение прочтения сообщений), сторис в инстаграме и заманчивые короткие видео в тиктоке — с психологической точки зрения, чтобы выяснить, как онлайн-платформы заставляют нас возвращаться к ним снова и снова. С другой — я проанализирую различные характеристики личности с позиций дифференциальной психологии, чтобы понять, почему определенные типы людей

---

\* Оригинальная книга была издана до переименования компании Facebook Inc. в Meta в 2021 году, однако в настоящем издании во избежание путаницы мы употребляем Meta для обозначения корпорации, владеющей приложениями Facebook, WhatsApp и Instagram (если речь идет о настоящем; описывая период до 2021 года, используется Facebook Inc.).