
ТОНКИЕ
НИТИ
ОБМАНА
АРЛИН ТАСИ

Арлин Таси

Тонкие нити обмана

«Автор»
2026

Таси А.

Тонкие нити обмана / А. Таси — «Автор», 2026

Почему мы говорим «да», когда внутри всё сопротивляется? Потому что в этот момент нами управляет не логика, а древняя реакция на лесть, вину или страх отвержения. Эта книга - практическое руководство по распознаванию таких моментов.Автор, психолог, разбирает, как одни и те же приёмы работают в соцсетях, магазинах, банках и даже в разговорах с родными. Вы узнаете, как устроены воронки продаж, почему отзывы и цифры не всегда правдивы и какие фразы помогают выйти из давления без чувства вины.Здесь нет поучений. Есть инструменты: чек-листы, приёмы против спешки, готовые ответы для сложных диалогов. Книга учит замечать крючок до того, как он зацепит, и выбирать собственный путь вместо навязанного. Для тех, кто устал чувствовать себя обманутым и хочет вернуть контроль над своими решениями.

© Таси А., 2026
© Автор, 2026

Содержание

Введение 5
Глава 1. Откуда взялась манипуляция 6
Глава 2. Экономика внимания 7
Глава 3. Алгоритм как манипулятор 8
Глава 4. Пять базовых крючков в цифровой среде 9
Глава 5. «Все уже купили» 10
Глава 6. Дефицит и страх упустить 11
Глава 7. «Я такой же, как ты» 12
Глава 8. Тёмные паттерны интерфейсов 13
Конец ознакомительного фрагмента. 14

Арлин Таси
Тонкие нити обмана

Введение

Мне часто приходится слышать от людей одну и ту же историю. Человек рассказывает, как купил курс, который ему совсем не нужен, как согласился на работу, от которой потом месяц отходил, или как дал в долг тому, кто ему даже не нравится. И когда я спрашиваю, что он чувствовал за минуту до того, как сказал «да», ответ почти всегда оказывается похожим: неловкость, или вина, или страх, что если откажу, обо мне плохо подумают, или странное ощущение, что я уже не могу сказать «нет», хотя вроде бы ничего не мешает. В этом ответе нет ничего постыдного, потому что так устроена человеческая психика.

Такое ощущение и есть след манипуляции. Это не гром среди ясного неба и не злодей с чёрными усами, а просто маленькая неловкость, которая появляется в нужный момент и толкает человека туда, куда ему не нужно.

Я психолог, и эта книга не о том, какие все вокруг плохие. Она о том, как устроен механизм, который работает в ленте соцсетей, в магазине у дома, в разговоре с коллегой и с близким человеком. Приёмы везде одни и те же, меняются только декорации. Поэтому, научившись видеть их в одном месте, вы начнёте замечать и в других.

До того как вы перевернёте первую страницу, я хочу сказать главное. Манипуляция работает до тех пор, пока вы её не видите. Когда вы разбираете механику (лесть, вина, спешка, жалость), крючок перестаёт цеплять. Не потому, что вы стали жёстче или подозрительнее, а потому, что теперь вы замечаете: здесь меня торопят, здесь вызывают чувство долга, а здесь я почему-то должна отвечать за чужое настроение. Увидели, и крючок вас больше не цепляет.

Эта книга не научит вас манипулировать, она научит видеть нити, за которые вас тянут, и решать самой, идти ли за них.

Глава 1. Откуда взялась манипуляция

Если посмотреть на манипуляцию как на древний механизм, она перестаёт казаться чем-то стыдным или загадочным. Лесть, чувство долга, страх отвержения, жалость к слабому - все эти реакции когда-то помогали племени выживать. Тот, кто умел вовремя польстить вождю, получал лучший кусок мяса. Тот, кто чувствовал вину за невыполненное обещание, старался исправить ошибку, чтобы его не изгнали из группы. А изгнание в древности часто означало гибель. Страх упустить что-то важное заставлял быстро реагировать на опасность. Жалость к детёнышу или раненому сохраняла жизни и поддерживала связь между людьми.

Прошли тысячи лет, а древние программы никуда не делись. Они просто переехали из пещеры в ленту соцсетей и в переговорную комнату. Когда продавец говорит вам «только для вас, я вижу в вас особенного человека», он обращается к древней реакции на лесть, которая когда-то помогала предкам получать бонусы и лучше устраиваться в группе. Когда менеджер вздыхает и говорит «я так старался для вас, а вы отказываетесь», он давит на чувство взаимности, то есть на ощущение, что вы теперь должны ответить на его старания. Когда в комментариях пишут «все уже купили, а ты чего ждёшь», это работает страх изгнания из группы.

Психологи называют такие крючки социальными. Они не плохие и не хорошие, они просто есть. Проблема начинается, когда кто-то использует их сознательно и в своих интересах, а вы в этот момент не понимаете, что происходит. В древности манипуляция тоже случалась, но масштаб был другим. Сейчас у манипулятора есть алгоритмы, скрипты, чат-боты и целые отделы, которые изучают, как именно нажать на нужную струну. Ваша задача не перестать быть человеком, а научиться замечать, когда на этих струнах играют.

И ещё одно важное наблюдение. Манипуляция почти всегда маскируется под заботу. Вам не говорят «сделай так, потому что мне это выгодно». Вам говорят «я хочу, чтобы у тебя всё было хорошо». И в этот момент древний механизм доверия срабатывает раньше, чем вы успеваете подумать. Именно поэтому так важно видеть не только сам приём, но и то, что за ним стоит. Когда вы понимаете, что вами движет древняя реакция, вам легче сделать паузу и выбрать собственный путь.

Глава 2. Экономика внимания

Бесплатные соцсети не бывают бесплатными. Эту фразу многие слышали, но не все довели её до конца. Платите вы не деньгами, а вниманием и эмоциями. Когда вы листаете ленту, вы производите товар, который называется вовлечённостью. Чем дольше вы задерживаетесь на посте и чем сильнее реагируете, смехом, злостью или тревогой, тем дороже стоит показ рекламы для рекламодателя. Ваши эмоции превращаются в деньги, но не для вас.

Как это выглядит на практике. Вы открываете приложение, чтобы проверить сообщения, и через двадцать минут понимаете, что смотрите видео про то, как кто-то ругается с соседом. Вы не планировали этого делать. Просто алгоритм заметил, что вы реагируете на конфликты, и подсунул ещё один. Вы злитесь, пишете комментарий, получаете ответ и снова злитесь. В этот момент вы не клиент, а работник, который бесплатно производит контент для платформы.

Понимание экономики внимания не требует от вас удалить все приложения. Оно требует трезвости. Когда вы видите очередной пост, который вызывает бурю эмоций, задайте себе вопрос: кто заработает на этой буре? Если ответ «не я», возможно, стоит закрыть приложение и сделать что-то другое. Вы не обязаны быть бесплатным генератором эмоций для чужой прибыли.

Есть и более тонкий слой. Платформы зарабатывают не только на рекламе, но и на вашем времени. Чем дольше вы остаётесь в приложении, тем больше данных о вас собирается. Эти данные потом продаются или используются для того, чтобы показывать вам ещё более точные крючки. Вы можете не замечать, как ваша лента подстраивается под ваши слабости, потому что это происходит постепенно. Сегодня вам показали смешное видео, завтра тревожное, послезавтра то, которое вызывает зависть. И вы уже не помните, с чего всё началось.

Защита здесь не в том, чтобы отказаться от соцсетей полностью. Она в том, чтобы возвращать себе авторство. Спрашивайте себя, зачем вы открыли приложение. Если ответ «просто так», возможно, это не ваш выбор, а привычка, которую кто-то другой сформировал для своей выгоды. Когда вы замечаете, что вас ведут, вы можете остановиться и выбрать другое действие. Даже маленькая пауза возвращает вам контроль.

Глава 3. Алгоритм как манипулятор

Алгоритм не думает как человек. У него нет злого умысла, но у него есть цель: удержать ваше внимание как можно дольше. И для этого он использует то, что работает. А работает, как правило, не спокойный и взвешенный контент, а тот, который вызывает сильные эмоции. Скандал, тревога, возмущение, страх что-то упустить. Спокойный пост про пользу чтения проигрывает по вовлечённости посту про то, как кто-то неправильно воспитывает детей.

Представьте, что вы заходите в ленту, чтобы немного отвлечься. Алгоритм видит, что вы задержались на посте про скандал в школе. Он делает вывод: этому человеку интересны конфликты. И начинает показывать больше конфликтов. Через неделю ваша лента состоит из ссор, разоблачений и тревожных новостей. Вы начинаете думать, что мир сошёл с ума. Но вы видите не мир, вы видите то, что алгоритм выбрал для вас на основе ваших же случайных кликов.

Это и есть манипуляция в чистом виде, хотя и без злого умысла. Вас не заставляют покупать, вас заставляют смотреть. Но результат похож: вы теряете время, вы устаёте, вы начинаете бояться. Защита здесь одна: осознанно чистить ленту. Отписываться от тех, кто постоянно вызывает тревогу, и подписываться на тех, кто даёт пользу или спокойствие. Алгоритм быстро перестроится, потому что ему всё равно, на чём вас держать, лишь бы держать. Дайте ему новый материал.

Есть ещё один нюанс. Алгоритм не различает, нравится вам контент или нет. Он реагирует на любое взаимодействие. Если вы злитесь и пишете гневный комментарий, для алгоритма это сигнал: тема важная, показывать ещё. Поэтому ваша злость не наказывает платформу, она её кормит. Когда вы понимаете это, вы можете перестать реагировать на провокации. Вы просто пролистываете, не оставляя следа. И постепенно лента меняется, потому что вы перестаёте подкармливать то, что вам не нужно.

Глава 4. Пять базовых крючков в цифровой среде

В цифровой среде те же пять крючков, что и в жизни, выглядят ярче и работают быстрее. Лесть с подвохом выглядит как «ты не такая, как все, ты особенная, поэтому тебе и предлагается специальная цена». Давление на самооценку звучит как «если ты не купишь этот курс, ты так и останешься на дне». Искусственная спешка проявляется в таймерах обратного отсчёта и фразах «последние три места». Вина за чужие эмоции возникает, когда вам пишут «я так расстроилась, что ты не ответила, у меня теперь день испорчен». Игра в жертву выглядит как «я такой же человек, как ты, мне тоже тяжело, поэтому купи у меня, это поддержка».

В сторис и Reels эти крючки работают особенно хорошо, потому что там мало времени на размышление. Вы смотрите короткое видео, и в конце вам говорят «пиши слово в личку». Вы пишете, не успев подумать. В комментариях вам могут написать «а ты чего молчишь, тебе что, всё равно». Это давление на самооценку в чистом виде. В личке вам могут отправить голосовое сообщение с дрожащим голосом, и вы уже чувствуете вину, хотя ни в чём не виноваты.

Замечать эти крючки можно научиться. Для этого достаточно задать себе вопрос: на какую мою эмоцию сейчас давят? Если ответ «на чувство долга» или «на страх выглядеть плохой», значит, вы имеете дело с манипуляцией. Не обязательно сразу отписываться или скандалить. Иногда достаточно просто не отвечать и дать себе паузу. Крючок перестаёт цеплять, когда вы его видите.

Есть ещё одна особенность цифровой среды: здесь крючки часто комбинируются. В одном посте может быть и лесть, и спешка, и вина. Например, вам пишут «ты же умная девочка, ты понимаешь, что такие предложения не валяются на дороге, и если ты сейчас не решишься, я буду очень расстроена». Здесь и лесть, и давление на самооценку, и вина за чужие эмоции, и искусственная спешка. Когда крючков много, разобрать их сложнее, но принцип тот же. Спросите себя, что вы почувствовали в момент прочтения. Если неловкость, вину или страх, значит, вас ведут. И чем раньше вы это заметите, тем меньше шансов, что вы попадётесь.

Глава 5. «Все уже купили»

Социальное доказательство работает безотказно, потому что человек существо социальное. Когда мы видим, что многие люди что-то делают или покупают, мы предполагаем, что это правильно. В цифровой среде это выглядит как лайки, отзывы, скриншоты успеха и цифры в профиле. Но цифры ничего не доказывают. Лайки можно купить, отзывы написать, скриншоты подделать. Даже если отзывы настоящие, они не гарантируют, что продукт подойдёт именно вам.

Одна моя знакомая покупала курс по похудению, потому что у блогера было двести тысяч подписчиков и сотни восторженных комментариев. Через месяц она поняла, что курс ей не подходит, а комментарии под постом были от ботов. Она потратила деньги и время, но главное, она чувствовала себя глупо. Хотя её обманули не глупостью, а социальным доказательством.

Защита здесь простая: смотреть не на цифры, а на суть. Кто автор? Что он продаёт? Есть ли у него образование или опыт? Можно ли проверить результаты? Если вам показывают скриншот переписки, где кто-то хвалит продукт, подумайте, легко ли такой скриншот подделать. Ответ очевиден. Не позволяйте цифрам решать за вас. Решайте сами, опираясь на факты, а не на количество сердечек.

Есть ещё один слой, о котором стоит помнить. Социальное доказательство часто подкрепляется стадным чувством. Вам могут сказать «ты что, не видишь, все уже купили, одна ты осталась». Это давление на страх быть вне группы. Но группа в интернете не всегда реальна. Иногда это несколько аккаунтов, которые создают видимость толпы. Когда вы чувствуете, что вас торопят «всеобщим одобрением», сделайте шаг назад. Спросите себя, действительно ли эти люди существуют и действительно ли они купили то, о чём говорят. Часто ответ вас удивит.

Глава 6. Дефицит и страх упустить

Дефицит один из самых старых приёмов. Когда чего-то мало, это кажется более ценным. В цифровой среде дефицит создаётся искусственно. Таймеры обратного отсчёта, надписи «последние места», «закрытый клуб только для своих». Всё это давит на страх упустить возможность. И страх этот работает быстрее, чем логика.

Настоящий дедлайн можно проверить. Если курс действительно начинается первого числа, то количество мест ограничено объективно. Но если таймер на сайте обновляется каждые сутки и показывает одно и то же, это нарисованный дедлайн. Если вам пишут «последнее место», а через неделю вы видите то же самое объявление, значит, мест неограниченно. Это не значит, что продукт плохой. Это значит, что вас торопят искусственно.

Когда вы чувствуете спешку, задайте себе вопрос: что случится, если я подожду двадцать четыре часа? Если ответ «ничего страшного», значит, дедлайн нарисованный. Настоящие возможности не исчезают за час. Если исчезают, возможно, это была не такая уж возможность. Пауза ваш главный инструмент против дефицита.

Есть ещё одна ловушка, связанная с дефицитом. Это ощущение, что вы уже почти успели. Вам показывают, что осталось два места, и вы думаете, что если не сейчас, то никогда. Но на самом деле вы не знаете, сколько было мест изначально. Может быть, их было двести, и осталось два, а может быть, их всегда было два, и они просто ждут вас. Когда вы не видите полной картины, вы склонны верить тому, что вам показывают. Поэтому так важно проверять, а не додумывать. Спросите себя, откуда вы знаете, что мест мало. Если ответ «мне так сказали», этого недостаточно. Настоящий дефицит не нуждается в рекламе. Если что-то действительно ограничено, вы узнаете об этом без давления.

Глава 7. «Я такой же, как ты»

Парасоциальность это когда вы чувствуете близость с человеком, который на самом деле с вами не знаком. Инфлюенсеры умело используют это чувство. Они рассказывают личные драмы, показывают несовершенства, признаются в ошибках. И вы начинаете думать, что этот человек ваш друг. А другу хочется помочь. Поэтому когда он предлагает купить продукт, вы покупаете не продукт, а поддержку.

Искренность продаёт лучше прямого призыва. Когда блогер говорит «я тоже плакала, я тоже ошибалась, я тоже боялась», вы проникаетесь доверием. И в этот момент вам могут продать что угодно, потому что вы уже не оцениваете продукт, вы оцениваете человека. Личные драмы и честность становятся инструментом маркетинга.

Отличить искренность от приёма сложно, но можно. Задайте себе вопрос: если бы этот человек не продавал мне что-то, я бы всё равно чувствовала к нему то же самое? Если ответ «нет», возможно, вами манипулируют. Настоящая близость не требует покупки. Если человек действительно ваш друг, он не обидится, если вы не купите его курс. Если обидится, это был не друг, а продавец.

Есть ещё один признак, на который стоит обращать внимание. Искренний человек не строит разговор так, чтобы каждая личная история заканчивалась предложением. Он может рассказать о своих трудностях и не попросить ничего взамен. Манипулятор же всегда ведёт вас к кнопке. Сначала он открывает душу, потом показывает, как ему тяжело, а потом говорит, что ваша покупка поможет ему и вам одновременно. В этот момент важно вспомнить, что помощь другому не обязана быть денежной. Вы можете поддержать человека словом, вниманием, но не обязаны оплачивать его жизнь. Когда вы видите, что личная история стала частью воронки, вы имеете право не участвовать в этом спектакле.

Глава 8. Тёмные паттерны интерфейсов

Тёмные паттерны это дизайнерские решения, которые подталкивают вас к невыгодному для вас действию. Самый распространённый пример это скрытая подписка. Вы оформляете пробный период, а через месяц с вас списывают деньги, потому что галочка об автопродлении уже стояла по умолчанию. Или кнопка отмены спрятана в углу мелким шрифтом, а кнопка продлить большая и яркая.

Ещё один пример это навязчивые уведомления. Приложение просит разрешение на отправку пушей, вы соглашаетесь, и через день оно начинает пищать каждый час. Вы уже не помните, зачем скачали его, но оно напоминает о себе. Это тоже манипуляция, хотя и без злого умысла. Разработчики просто хотят, чтобы вы возвращались.

Защита от тёмных паттернов простая: читать, что написано мелким шрифтом. Проверять, стоят ли галочки на автопродление. Искать кнопку отмены до того, как оформить подписку. Если интерфейс сопротивляется, это повод насторожиться. Хороший сервис не прячет от вас информацию. Если прячет, значит, ему есть что скрывать.

Есть ещё несколько приёмов, которые стоит знать. Например, когда вам показывают две цены, дорогую и очень дорогую, и вы выбираете среднюю, хотя изначально не собирались покупать ничего. Или когда кнопка отказа сделана бледной и маленькой, а кнопка согласия яркой и большой. Или когда вам предлагают бесплатную доставку при условии, что вы добавите в корзину ещё один товар. Всё это подталкивает вас к действию, которое вы не планировали.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.