

Мелиса Йорк

# АНТИ-ТЕХНИКА ПРОДАЖ ХИЩНИК

В ДЕЛОВОМ КОСТЮМЕ



# **Мелиса Йорк**

## **Анти-техника продаж.**

### **Хищник в деловом костюме**

*<https://litres.ru/74368802>*

*SelfPub; 2026*

#### **Аннотация**

За последние 24 часа вас обманули минимум 7 раз.

Продавец в магазине. Кредитный менеджер в банке. Рекламный баннер в телефоне. Маркетолог в соцсетях. Хищник в деловом костюме повсюду — и он знает о вас больше, чем вы о себе. Он нажимает на ваши кнопки: страх, жадность, вину, стыд, зависть. И вы покупаете то, что не нужно. Берете кредиты, которые не можете себе позволить. Соглашаетесь на условия, которые вас грабят.

Эта книга — ваше оружие. Она перевернет ваш мир.

Вы узнаете три обличия хищника и восемь инструментов защиты. Поймете, почему «Бей-Беги-Замри» — это не просто инстинкт, а стратегия свободы. Освойте навык выхода в наблюдатели и увидите систему насквозь.

Но главное — вы вырвете с корнем свою главную занозу: страх быть эгоистом. Именно он делает вас уязвимым. Именно его используют манипуляторы всех мастей.

Вы пройдёте путь от жертвы до Короля рынка. От Короля — до Слона. От Слона — до Дракона.

Свобода — это не пункт назначения. Это способ жить.

Теперь — ваш ход.

# Содержание

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУПЛЕНИЕ                                                                   | 5  |
| ЧАСТЬ 1. Философия обмана: Как мы оказались<br>в этой реальности             | 10 |
| Глава 1. Великая иллюзия: Обман как стратегия<br>выживания                   | 11 |
| Глава 2. Цена лжи: Как обман разрушает доверие<br>— валюту современного мира | 17 |
| Глава 3. Спектр лжи: От прямой лжи до<br>газлайтинга                         | 28 |
| Конец ознакомительного фрагмента.                                            | 47 |

# **Анти-техника продаж.**

## **Хищник в деловом костюме**

### **ВСТУПЛЕНИЕ**

За последние 24 часа вас обманули минимум 7 раз. Вы этого даже не заметили.

Утренний кофе с собой — маркетинг убедил вас, что вы «заслужили маленькое удовольствие». Обед в бизнес-центре — продавец навязал вам «комплексную выгоду». Вечерний скроллинг соцсетей — алгоритмы продали ваше внимание рекламодателям.

И это только начало.

Эта книга — не про то, как продавцы обманывают вас в магазине. Это расследование о том, что вся современная экономика построена на систематической манипуляции вашим сознанием. И вы — не жертва случайных обманщиков. Вы — топливо для машины, которая перемалывает вашу свободу в чью-то прибыль.

Но есть хорошая новость: вы можете выйти из этого механизма. Между строк вы увидите путь к свободе.

Я не была хищником в деловом костюме. Но я смотрела ему в глаза с двух сторон.

Я работала продавцом бытовой техники. Я стояла за при-

лавком и видела, как покупатели принимают решения — или как им помогают «принять» эти решения. Я слышала скрипты, видела воронки продаж, понимала, как нажимаются кнопки.

Я была клиентом. Я находилась по другую сторону и чувствовала, как на меня давят. Как мне навязывают кредит. Как мне внушают, что «вы это заслужили». Как я сама, не замечая, соглашалась на то, что мне не нужно. И с каждой такой покупкой я получала прививку.

Но главное — я социолог. В университете меня учили видеть систему. Экономисты, политологи, культурологи, психологи — это узкие специалисты. Они смотрят на мир через одну линзу. А социолог смотрит через все сразу.

Я немного экономист — я понимаю, как работает экономика и почему обман стал бизнес-моделью. Я чуть-чуть политолог — я вижу, как лоббизм покупает правила игры. Я отчасти культуролог — я понимаю, как реклама и поп-культура формируют «норму». Я капельку психолог — я знаю, как нажимаются кнопки в вашем мозге.

И когда я сложила все эти линзы вместе, я увидела не отдельных «плохих продавцов». Я увидела архитектуру ловушки. Систему, которая эксплуатирует вашу свободу.

Этот труд — результат моего анализа. Это не теория. Это анатомия системы, в которой мы все живем. И карта выхода — в комплекте.

Чтобы понять масштаб этой системы, посмотрите на циф-

ры. Средний человек принимает тысячи решений в день. И большинство из них — не его решения.

Исследования показывают, что до 90 процентов потребительских выборов определяются не рациональным анализом, а подсознательными триггерами, которые активируют маркетологи.

Вы думаете, что выбираете смартфон осознанно? Нет. Вы выбираете тот, что ассоциируется со статусом, который вам навязали через рекламу, соцсети, мнение «успешных людей».

Вы думаете, что берете кредит осознанно? Нет. Вам продали идею, что «жить в кредит — это нормально», что «вы заслужили лучшую жизнь сейчас».

Вы думаете, что едите то, что хотите? Нет. Пищевая индустрия рассчитала «точку блаженства» (bliss point) — идеальное сочетание сахара, жира и соли, которое вызывает дофаминовую зависимость.

Это не паранойя. Это факты. И пока вы их не увидите, вы будете продолжать платить — деньгами, здоровьем, свободой.

Эта книга изменит ваш способ видеть мир.

После нее вы:

— Перестанете быть жертвой манипуляций.

— Станете хозяином своих решений.

— Увидите скрытые механизмы, которые управляют вашим поведением.

— Научитесь распознавать манипуляцию за секунду — в магазине, в рекламе, в разговоре.

— Сможете противостоять давлению продавцов, маркетологов, даже собственных эмоций.

— Освободитесь от кредитной зависимости и потребительской гонки.

Но главное — вы перестанете быть топливом для чужой прибыли. Вы станете свободным человеком в мире, который пытается превратить вас в белку в колесе.

Это не просто книга про продажи. Это манифест осознанного потребителя. Это инструкция по выходу из Матрицы.

Книга состоит из четырех частей:

**Часть 1. Философия обмана** — мы разберем, почему мир стал таким, какой он есть. Почему обман стал стратегией выживания в экономике. Почему манипуляция — не ошибка системы, а ее функция.

**Часть 2. Анатомия манипуляции** — мы изучим инструменты хищника. Как продавцы нажимают на ваши кнопки. Как маркетинг взламывает ваш мозг. Как экономика строит ловушки зависимости.

**Часть 3. Перезагрузка сознания** — мы изменим ваше мышление. Как перестать быть жертвой. Как использовать техники «Бей-Беги-Замри» против хищника. Как ИИ может стать вашим союзником.

**Часть 4. Архитектура свободы** — мы дадим вам практические инструменты. Как распознавать манипуляцию. Как



не вернуться в Матрицу. Как стать тем, кого манипуляторы панически боятся — свободным человеком.

Читайте книгу последовательно. Каждая глава — это кирпичик в фундаменте вашей свободы. Пропустите одну — и здание рухнет.

Готовы?

Тогда переверните страницу. И мы с вами отправимся в прошлое, на миллиарды лет назад, и узнаем, как все начиналось.

# **ЧАСТЬ 1. Философия обмана: Как мы оказались в этой реальности**

# **Глава 1. Великая иллюзия: Обман как стратегия выживания**

Представьте себе планету 4 миллиарда лет назад. Зарождается жизнь, и начинается величайшая гонка на выживание — спринт на смерть. В этой войне все средства хороши. И одно из них оказалось настолько эффективным, что существует по сей день. Это обман.

Действительно, в природе обман — мощный инструмент выживания! Вот подборка самых ярких примеров, где животные используют разные уловки, чтобы избежать опасности, добыть еду или получить другие преимущества. Условно их можно разделить на несколько типов.

## **1. Мимикрия (подражание)**

Животное копирует внешний вид, поведение или даже запах другого существа — опасного, несъедобного или безобидного, но вызывающего доверие.

**Мухи-журчалки** внешне похожи на ос или пчел. Сами они безобидны, но такая «маска» отпугивает хищников — это пример бейтсовской мимикрии, когда безобидный вид имитирует опасный.

**Гусеницы голубянок** копируют запах и даже звуки личи-

нок муравьев. Муравьи принимают их за своих и переносят в гнездо. Внутри колонии гусеницы получают защиту и возможность питаться расплодом хозяев.



**Муха-журчалка (Hoverfly)**

Фото: Роб Митчелл / Wikimedia Commons / CC0

**Осьминог-имитатор** (*Thaumoctopus mimicus*) — настоящий мастер перевоплощения. Он может принимать облик и повторять движения ядовитой морской змеи, камбалы или ската. Выбор «роли» часто зависит от того, какой хищник угрожает.

**Листохвостый геккон** (*Uroplatus phantasticus*) с Мадагаскара идеально сливается с засохшим листом: неровности на теле имитируют прожилки, а хвост — край листа. Это помогает и прятаться от хищников, и подкарауливать добычу.

## 2. Агрессивная мимикрия

Здесь обман работает в пользу хищника: он притворяется безобидным или даже привлекательным, чтобы жертва приблизилась, после чего он атакует.

**Морские собачки** иногда подражают поведению чистильщиков (например, губанов). Они подплывают к крупной рыбе — та подпускает их без подозрений, а собачка вместо очистки от паразитов отхватывает кусок мяса.

**Паук-бокоход** притворяется цветком, чтобы привлечь насекомых.

**Самки светлячков рода *Photuris*** имитируют световые сигналы самок других видов светлячков. Самцы прилетают «на зов» — и становятся ужином.

**Австралийский кузнечик *Chlorobalius leucoviridis*** издает звуки, копирующие брачные сигналы самок цикад. Сам-

цы подлетают ближе, и кузнечик их ловит.

### 3. Маскировка под объекты среды

Животное сливается с окружением — становится похожим на ветку, камень, лист или даже птичий помет.

Некоторые **гусеницы** на ранних стадиях развития притворяются птичьим пометом.

**Рыба-лист** имитирует опавший лист в мутной воде. Когда другая рыба подплывает близко, хищник атакует.

### 4. Звуковой обман

Животные используют звуки, чтобы ввести сородичей или других существ в заблуждение.

**Вилохвостый дронго** иногда издает ложные тревожные крики в смешанных группах птиц и сурикатов. Когда другие животные в панике бросают найденную пищу и убегают, дронго подбирает ее. При этом птицы умеют варьировать сигналы, чтобы обман оставался эффективным.

Некоторые **попугаи** (например, австралийские какаду) имитируют крики хищных птиц, чтобы отпугнуть конкурентов от корма.

## 5. Социальные манипуляции

Обман используется внутри вида для получения преимущества в группе.

Некоторые **самцы раков-богомолов** притворяются самками, чтобы проникнуть на чужую территорию и спариться с самками.

Отдельные **птицы** могут симулировать интерес к несуществующей пище, чтобы отвлечь сородичей и занять лучшее место у кормушки.

### Почему это работает?

Такой обман — результат долгой эволюции. Признаки, дающие преимущество в выживании, даже если это «ложь», закрепляются естественным отбором.

Но есть на планете один биологический вид, который превзошел все остальные в искусстве обмана. Как вы думаете, кто это?

Это человек. Человек — единственный вид, способный на сознательную ложь. Именно человек довел эту стратегию до совершенства. Именно он превратил обман из стратегии выживания в инструмент достижения целей.

Животные, если и обманывают, то не понимают этого. Об-

ман является частью их природы, вшит в их генетическую программу. Они используют обман для выживания. У бабочки нет выбора — ее стратегия вплетена в инстинкт. А у человека есть.

Ключевое отличие человека — **осознанный выбор**. Бабочка не решает: «Сегодня я притворюсь листом». У нее нет выбора. Это ее инстинкт. Человек же стоит перед моральной дилеммой: солгать или сказать правду? Именно этот **сознательный выбор** превратил обман из средства выживания в инструмент власти и манипуляции.

## **Чем сознательная ложь чревата для людей и общества?**

И вот здесь начинается наша история. Потому что человек взял эту древнюю стратегию выживания и превратил ее в оружие массового поражения, но не на поле боя. На рынке.

В следующей главе мы разберем, как обман стал главным языком современного маркетинга.



## **Глава 2. Цена лжи: Как обман разрушает доверие — валюту современного мира**

В далекие времена на заре эпохи человечества люди жили как животные. Ученые называют это темное время — война всех против всех.

Представьте самый страшный постапокалиптический фильм, какой вы сможете вспомнить. Представили? Что общего в кинолентах этого жанра?

Эти картины показывают мир, где общества уже нет. Государство больше не работает, юридические законы и нормы морали остались в прошлом, правительства и армия канули в лету. Каждый человек в такой реальности — потенциальный враг. Все люди действуют по собственному усмотрению. Это и есть война всех против всех: все люди воюют друг с другом за ресурсы, за территорию. И прав тот, кто выжил.

Чтобы преодолеть хаос естественного состояния, люди заключили особенный договор.

Общественный договор (или социальный контракт) — это концепция в политической философии и теории государства, согласно которой люди добровольно ограничивают часть своих свобод и передают определенные полномочия государству — в обмен на защиту, порядок и соблюдение об-

щих правил.

Общественный договор — это негласные правила ради общего блага. Люди добровольно договорились соблюдать эти законы и отдали часть своей свободы ради общей безопасности — ради обеспечения естественных прав на жизнь, свободу и собственность. Так появились первые города-государства.

Хотя общественного договора как документа не существует, его идеи реализуются в современных институтах:

— **Конституция.** Документ фактически фиксирует правила взаимодействия общества и власти: какие права гарантированы, какие обязанности есть у граждан, как устроена власть.

— **Выборы и представительство.** Регулярные выборы можно рассматривать как периодическое подтверждение общественного договора: граждане делегируют власть представителям.

— **Правопорядок и налоги.** Граждане соблюдают законы и платят налоги, а государство обеспечивает безопасность, инфраструктуру, образование, здравоохранение и прочие социальные нужды.

Идеи общественного договора легли в основу многих политических документов и революций. Вспомните Декларацию независимости США (1776), Французскую революцию и «Декларацию прав человека и гражданина».

Социальный контракт в экономике — негласные ожида-

ния между государством, бизнесом и обществом. Государство дает стабильность, бизнес создает рабочие места, граждане платят налоги.

Общественный договор держится на доверии. Этот социальный контракт — фундамент, на котором строится здание общества.

Мы знаем, что завтра будет армия, которая защитит нас. Мы уверены, что в магазине через неделю, через месяц, через год можно будет купить продукты за деньги. Мы знаем, что в наших квартирах будет вода и электричество. И эта уверенность дает нам комфорт и спокойствие.

Мы согласились играть по правилам честности, чтобы всем было лучше. Обманщик — это тот, кто говорит: «Я согласен на правила, но буду их нарушать, когда мне это выгодно».

Обман — это то, что разрушает доверие, то, что размывает фундамент.

И чем больше таких недобросовестных дельцов на рынке, тем уродливее экономика.

Экономика — это не только цифры ВВП и курсы валют. В своей основе это система доверия и обмена ценностью. Когда рынок заполняется недобросовестными предложениями, происходит медленное разрушение.

Откройте интернет. Он пестрит предложениями от инфогуру. Они обещают быстро прокачать вашу энергию, сделать вас богатыми, здоровыми и красивыми.

Каждый второй звонок на мобильный телефон — это спам. Половина из них — это откровенные мошеннические разводы. Реклама накрыла нас с головой и от нее некуда спрятаться.

Обман наносит непоправимый урон экономике, создавая кризис доверия и подрывая саму основу общества — общественный договор.

Происходит медленная тотальная деградация общества:  
— **Разрушение доверия:** Люди, однажды купившись на пустышку за большие деньги, становятся циничными и перестают доверять остальным участникам рынка, включая добросовестных специалистов.

Экономика и общество строятся на доверии. Когда обман и манипуляции становятся нормой ведения бизнеса, доверие исчезает. Люди перестают верить обещаниям, начинают подозревать друг друга, усложняются и дорожают все процессы из-за необходимости постоянно проверять и перепроверять. Общество тратит огромные ресурсы не на развитие, а на защиту от мошенничества.

— **Обесценивание мастерства:** Настоящие профессионалы, которые годами оттачивали свое ремесло, вынуждены конкурировать с теми, кто предлагает «тот же результат, но быстрее и дешевле». Это тянет весь рынок вниз по качеству и цене.

Происходит подмена понятий. Недобросовестные деятели успешно заменяют созидание (тяжелый труд, талант, по-

иск) имитацией. Они продают «успех» без усилий, «мастерство» без обучения, «результат» за один шаг. Если эта модель станет доминирующей, то дипломированные специалисты, которые тяжелым трудом набирались опыта, окажутся невостребованными. Зачем платить инженеру, врачу или художнику, если можно купить иллюзию? В итоге падает общий уровень качества всего вокруг нас: от продуктов питания до инфраструктуры.

— **Перенаправление ресурсов:** Деньги, время и энергия людей тратятся впустую. Вместо того чтобы инвестировать в настоящее образование, качественные продукты, люди финансируют создание мыльных пузырей. Ресурсы перетекают из реального сектора в виртуальные обещания.

— **Кульť быстрой наживы:** Такая модель пропагандирует идею, что успех — это не результат долгого труда и таланта, а следствие нахождения правильной «формулы» и умения красиво упаковать воздух. Это создает нездоровое общество потребителей иллюзий, а не созидателей.

— **Культура цинизма:** Когда человек видит, что успех приходит не к самым умным, честным и трудолюбивым, а к самым громким, беспринципным манипуляторам, он теряет ориентиры. Возникает вопрос: «А зачем стараться по-настоящему?» Это порождает апатию у одних и желание идти по легкому пути обмана у других. Ценности созидательного труда заменяются ценностями быстрой наживы.

— **Подмена ценностей:** Такая система подменяет под-

линные ценности (мастерство, созидание, честность) на их суррогаты (имидж успеха, быстрая нажива, видимость). Общество начинает оценивать человека не по его вкладу в общее благо, а по его способности «продать себя». Это приводит к глубочайшему социальному расслоению и отчуждению.

Кризис доверия не остается внутри рынка одной страны — он пропитывает все сферы жизни, превращая частные обманы в системные кризисы, поражающие мировую экономику. Ипотечный кризис 2008 года в США — яркий пример того, как локальные искажения и конфликты интересов в одном сегменте (ипотечное кредитование и секьюритизация) вызвали глобальный шок. Банкротство Lehman Brothers стало не просто крахом одной компании, а сигналом «доверия больше нет»: инвесторы перестали давать деньги даже надежным контрагентам, цепочки поставок и финансирования разорвались, а экономика ушла в рецессию. Так частный обман становится общественной катастрофой.

Ипотечный кризис 2008 года показал, как частный обман становится социальным катаклизмом. Банки продавали ипотечные кредиты миллионам американцев, зная, что многие из них не смогут выплатить долги. Когда пузырь лопнул, пострадали миллионы людей, а доверие к финансовым институтам испарилось.

Разрушительная сила обмана не знает границ. Она проникает на все уровни — от личных отношений до мировой

экономической системы, связывая частные обманы в единый системный коллапс.

Современное общество находится в глубоком упадке. Системный кризис происходит на наших глазах и проявляется в нескольких формах:

— **Экологический кризис:** Прибыль важнее планеты.

— **Социальный кризис:** Разрушение среднего класса, рост неравенства, исчезновение доверия.

— **Культурный кризис:** Девальвация образования, науки и искусства в пользу развлекательного контента и инфоцыганства.

— **Экономический кризис:** Рыночная экономика в погоне за прибылью дестабилизирует общество.

Наметилась страшная тенденция. Конец человечества произойдет не потому что на нас свалится комета или взорвется сверхновая звезда.

Цивилизация может самоуничтожиться изнутри — через эрозию ценностей и принципов. И обманщики всех мастей являются катализаторами деградации.

Помните фильм «Идиократия»? То, что в 2005 году снималось как сатира, к 2026 году выглядит как документальное кино. Президент-рестлер, поля орошаются энергетическим напитком, культура заменена реалити-шоу. Это не вымысел. Это зеркало, в которое мы смотрим каждый день.

Медленная смерть общества начинается тогда, когда количество людей, готовых играть по правилам ради общей вы-

годы, становится меньше критической массы, необходимой для поддержания здорового общества. И мы семимильными шагами движемся к этому.

Возникает логичный вопрос: Неужели беспринципные предприниматели не понимают, что они разрушают экономику?

Кто эти люди, которые запускают маховик разрушения? Что ими движет?

Это один из самых сложных и парадоксальных вопросов. Большинство из них **не понимают этого в глобальном смысле**, а если и понимают, то используют различные психологические защиты, чтобы не придавать этому значения.

Вот несколько причин, почему они так себя ведут:

### **1. Когнитивные искажения и психологические защиты**

— **Эффект «туннельного зрения»:** Предприниматель сфокусирован на краткосрочных показателях: прибыль за месяц, рост продаж, количество проданных курсов. Долгосрочные последствия для экономики или общества находятся за пределами его избирательного восприятия. Его главная задача — показать результат здесь и сейчас.

— **Рационализация:** Они убеждают себя, что просто «играют по правилам игры». «Если я не продам этот курс, это сделает кто-то другой. Так почему бы не я?» Они снимают с себя личную ответственность, перекладывая ее на «рынок», на «спрос». Клиент же сам согласился и заплатил день-



ги.

—**Оправдание целью:** Часто они верят, что их главная миссия — научить людей, дать им «инструмент», а то, как люди им воспользуются — это уже их проблема. Они игнорируют тот факт, что сам «инструмент» — это обман.

## **2. Разница в масштабе мышления**

Для вас и для меня очевидно, что тысячи обманутых людей и обесцененное мастерство ведут к деградации рынка. Но для предпринимателя-одиночки, для владельца крупной компании это слишком абстрактная концепция. Он мыслит не категориями «экономика страны», а категориями «мой бизнес», «моя прибыль», «моя команда». Он не видит связи между своим конкретным действием (продажей курса) и глобальным системным кризисом. Это как если бы один человек бросил окуроч на землю — он не думает, что от этого может сгореть весь лес.

## **3. Культура успеха любой ценой**

Современная бизнес-культура, особенно в инфобизнесе, активно пропагандирует культ успеха. Успех измеряется только деньгами и статусом. В этой парадигме не существует понятий «честность», «этика» или «ответственность перед обществом». Есть только «победители» (те, кто заработал) и «лузеры» (все остальные). С этой точки зрения, обман — это не разрушение, а просто эффективная стратегия.

## **4. Отсутствие обратной связи**

Такие предприниматели живут в эхо-камере. Их окружа-

ют такие же люди — их сотрудники, их лояльные клиенты. Они не слышат критики со стороны, а любые негативные отзывы списывают на «хейтеров» и «завистников». Это укрепляет их в мысли, что они все делают правильно.

Поэтому они не столько злодеи, планирующие разрушение мира, сколько люди с очень узким кругозором, зацикленные на сиюминутной выгоде и защищающие свой комфорт и эго от неприятной истины. Их действия — это сумма их искаженного восприятия и системы, которая такие действия поощряет.

МММ Сергея Мавроди — классический пример локального кризиса внутри одной страны. Схема работает так: прибыль старым участникам выплачивается за счет вкладов новых. Когда приток новых денег останавливается, пирамида рушится. Люди теряют сбережения, доверие к инвестиционным инструментам падает, а ресурсы, которые могли бы пойти в реальный сектор экономики, уходят в мошенническую схему.

Когда обман проникает в сердце экономики, он разъедает ее изнутри. Доверие — это не просто моральное понятие. Это экономический актив. Без него сделки становятся тяжелыми, дорогими и неэффективными. Именно поэтому честность — это не роскошь, а необходимость для выживания бизнеса в будущем.

Выбор за вами. Хотите жить в мире, где каждая покупка — лотерея, а каждый продавец — потенциальный враг? Или

предпочитаете мир, где доверие — это валюта номер один?

# Глава 3. Спектр лжи: От прямой лжи до газлайтинга

Мы привыкли думать об обмане как о прямой лжи — о фразе, которая целиком состоит из неправды. Но реальность куда изощреннее: чаще всего нас подводят не откровенные выдумки, а аккуратные манипуляции с правдой. Умолчание, полуправда, искажение контекста, подмена понятий — это ступени одного спектра, где на каждом шаге реальность чуть-чуть сдвигается, пока не превращается в удобную для манипулятора картину мира. В этой главе мы пройдем по этому спектру от самого слабого приема до самого разрушительного — чтобы увидеть, как именно меняется рамка восприятия и почему даже технически верные слова могут вести к ложным выводам.

Степень угрозы лжи в данной схеме нарастает постепенно:

— **От внешнего к внутреннему:** сначала манипулируют информацией (прямая ложь, полуправда), потом — ее подачей (контекст, понятия), а в конце — самим восприятием (газлайтинг).

— **От проверяемого к непроверяемому:** ложь можно опровергнуть фактами; газлайтинг фактами не опровергнешь, потому что он ставит под сомнение саму возможность

опираться на факты.

— **От простого обмана к системному контролю:** каждый следующий прием не просто «хитрее», он дает манипулятору больше власти над тем, как человек думает и что считает «реальным».

Итак, начинаем.

## 1. ПРЯМАЯ ЛОЖЬ

**Сила воздействия: 2/10**

**Прямая ложь**— это открытое, явное искажение действительности: человек сознательно произносит утверждение, которое не соответствует фактам, без попыток замаскировать неправду умолчанием или двусмысленностью.

Это самый грубый и самый уязвимый прием. Его легко проверить, легко опровергнуть фактами, и он сразу бьет по доверию: если поймали на прямой лжи, репутация манипулятора рушится. В современном мире, где все гуглится, прямая ложь работает все хуже.

**Почему это «слабое» звено:** манипулятор почти не маскируется, он просто подменяет факт. Читатель легко распознает: «Ага, тут просто соврали».

**Примеры прямой лжи в разных сферах:**

**Культура:** «Это оригинал, а не подделка».

**Экономика:** «Этот кредит абсолютно бесплатный, вы не переплатите ни копейки сверх суммы товара. Никаких скры-

ТЫХ КОМИССИЙ».

**Отношения:** «Я не изменял тебе».

**Дружба:** «Я не рассказывал твой секрет».

**Работа и бизнес:** «Клиент сказал, что им нужно еще время на согласование, они сами не выходят на связь».

Рассмотрим, как мошенники используют прямую ложь.

**Ситуация:** Мужчина Алексей (35 лет, айтишник) заинтересовался инвестиционным крипто-проектом «Crypto Pro» после рекламы в Telegram. Он созвонился с менеджером проекта Александром.

**Клиент:** Здравствуйте. Мне ваш проект в Telegram скинули. Говорят, у вас можно получать 30 процентов в месяц на стейкинге. Расскажите подробнее.

**Менеджер:** Алексей, здравствуйте! Рад, что вы заинтересовались. Да, все верно — наша платформа Crypto Pro гарантирует доходность 30 процентов ежемесячно. Это не обещание, это прописано в смарт-контракте. Вы вносите деньги, и каждый месяц вам автоматически начисляются 30 процентов сверху. Без исключений.

**Клиент:** 30 процентов в месяц? Это же 360 процентов годовых! Звучит слишком хорошо, чтобы быть правдой. А за счет чего такая доходность?

**Менеджер:** Отличный вопрос! Мы используем арбитраж между биржами и ликвидность в DeFi-пулах. У нас запатентованный алгоритм, который находит ценовые разницы на 47 биржах одновременно. Система полностью автоматизирована.

на, работает 24/7, и алгоритм уже прошел аудит от компании Chan Link. Рисков никаких — математика не врет.

**Клиент:** А вы лицензированы? Я хочу понимать, что проект легальный.

**Менеджер:** Конечно! У нас есть лицензия Банка России на осуществление деятельности по обмену виртуальных активов. Номер лицензии я могу вам продиктовать. Также мы зарегистрированы в реестре ЦБ как оператор цифровой платформы. Все абсолютно прозрачно и законно.

**Клиент:** Это хорошо. А что если рынок обвалится? Крипта же волатильная?

**Менеджер:** Алексей, в этом и гениальность нашей системы! Мы хеджируем все риски через страховые пулы. Ваши средства застрахованы компанией Lloyd's of London на сумму до 100 000 долларов. Если что-то пойдет не так — а это невозможно, но гипотетически — вы получите полную компенсацию в течение 24 часов.

**Клиент:** Lloyd's? Серьезно. А в команде у вас кто? Кто стоит за проектом?

**Менеджер:** Наша команда — это 40 человек, бывшие сотрудники Google, Goldman Sachs и Binance. CEO — Михаил Тверской, ex-вице-президент Goldman Sachs по цифровым активам. СТО — Андрей Волков, 10 лет проработал в Google над блокчейн-инфраструктурой. Все имена открыты, вы можете найти их в LinkedIn.

**Клиент:** Понятно. А как вывести деньги? Если я захочу

забрать свои средства?

**Менеджер:** В любой момент! Вывод средств занимает от 5 до 15 минут. Никаких комиссий, никаких блокировок. Это же децентрализованная платформа — вы всегда контролируете свои средства. У нас уже 280 000 активных пользователей, и ни у кого не было проблем с выводом.

**Клиент:** А почему тогда не все об этом знают? Почему реклама только в Telegram?

**Менеджер:** Мы не тратим деньги на агрессивный маркетинг, как другие проекты. Все средства идут на развитие алгоритма и выплату доходности нашим пользователям. Лучшая реклама — это сарафанное радио. Посмотрите отзывы в нашем чате — там тысячи людей, которые уже получают стабильный пассивный доход.

**Клиент:** Хорошо, я подумаю. Спасибо за информацию.

**Менеджер:** Конечно, Алексей! Но хочу предупредить — сейчас идет закрытие раунда, и минимальный порог входа скоро повысится с 1 000 до 5 000 долларов. Если хотите зафиксировать условия — лучше поторопиться. Места ограничены.

**Приемы прямой лжи в этом диалоге:**

### **1. Ложь о гарантированной доходности**

Менеджер утверждает: «гарантирует доходность 30 процентов ежемесячно... прописано в смарт-контракте... без исключений».

**Реальность:** В крипто-индустрии не существует легаль-



ных механизмов гарантированной доходности 30 процентов в месяц. Любой подобный проект — это финансовая пирамида. Смарт-контракт может содержать что угодно, но это не делает обещания реальными.

## **2. Ложь о лицензии**

Менеджер утверждает: «У нас есть лицензия Банка России на осуществление деятельности по обмену виртуальных активов... зарегистрированы в реестре ЦБ».

**Реальность:** На момент написания этих строк Банк России не выдавал лицензий на деятельность, связанную с оборотом криптовалют на территории РФ. Криптовалюты в России находятся в серой зоне, и ни один проект не может легально обещать доходность в крипте под государственным регулированием.

## **3. Ложь о страховании**

Менеджер утверждает: «Ваши средства застрахованы компанией Lloyd's of London».

**Реальность:** Lloyd's of London не страхует крипто-проекты от рыночных рисков или потери средств. Это классическая уловка мошенников — назвать известную компанию, чтобы вызвать доверие. Проверить это можно одним звонком в Lloyd's.

## **4. Ложь о команде**

Менеджер утверждает: «CEO — Михаил Тверской, ex-vice-президент Goldman Sachs... СТО — Андрей Волков, 10 лет в Google».

**Реальность:** В 99 процентов случаев такие «команды» — выдумка. Мошенники создают фейковые профили в LinkedIn с украденными фотографиями. Проверить это можно за 5 минут через поиск в LinkedIn и Google.

## **5. Ложь о количестве пользователей и отсутствии проблем**

Менеджер утверждает: «280 000 активных пользователей... ни у кого не было проблем с выводом».

**Реальность:** Эта цифра взята с потолка. Вывод средств в подобных проектах обычно работает только на начальных этапах, чтобы создать иллюзию надежности. Потом начинаются «технические проблемы», «обновления системы» и блокировки.

## **6. Ложь об отсутствии рисков**

Менеджер утверждает: «Рисков никаких — математика не врет».

**Реальность:** В инвестициях всегда есть риски. Любое утверждение об отсутствии рисков — это прямая ложь. Даже государственные облигации несут минимальный риск.

## **Почему это именно прямая ложь, а не полуправда?**

В каждом из этих пунктов менеджер произносит утверждения, которые полностью не соответствуют действительности. Он не умалчивает, не искажает контекст, не подменяет понятия — он просто говорит неправду.

## **Признаки прямой лжи в этом диалоге:**

— Конкретные, проверяемые утверждения («лицензия

ЦБ», «Lloyd's of London», «280 000 пользователей»).

— Отсутствие двусмысленности — менеджер говорит четко и уверенно.

— Утверждения легко опровергаются одним поиском в интернете.

Почему это «слабый» уровень (2/10)? Потому что Алексей может за 10 минут проверить:

— Существует ли лицензия ЦБ (не существует).

— Страхует ли Lloyd's крипто-проекты (не страхует).

— Реальны ли члены команды (не реальны).

— Есть ли отзывы о проекте на независимых площадках (есть, и они негативные).

Если Алексей потратит час на проверку — он раскроет всю схему. Именно поэтому прямая ложь — самый уязвимый прием манипулятора. Но работает он потому, что большинство людей не проверяют. Они верят уверенному тону, красивым словам и обещаниям легкой прибыли.

**Фразы-маркеры прямой лжи в крипто-проектах:**

— Гарантированная доходность

— Без рисков

— Лицензия ЦБ / SEC / FCA» (когда ее нет)

— Застраховано в [известная компания]

— Команда из Google / Goldman / Binance

— Тысячи довольных пользователей

— Вывод в любой момент без комиссий

— Место ограничено, поторопитесь

Если вы слышите эти фразы в крипто-проекте — с вероятностью 99 процентов перед вами мошенники. Проверяйте каждое утверждение, прежде чем вносить деньги.

## 2. ПОЛУПРАВДА И СОКРЫТИЕ

### **Сила воздействия: 6/10**

Здесь манипуляция уже умнее: факты не искажают, но дают ровно столько, чтобы человек сам достроил картину в нужную сторону. Полуправда опирается на когнитивную лень: мозг охотно принимает «правдивую» часть и не ищет недостающую. Соккрытие вообще не оставляет следов — нет лжи, есть только тишина в нужном месте.

**Почему сильнее прямой лжи:** манипулятор остается «честным» на уровне слов, но результат тот же — человек принимает неверное решение. Это сложнее поймать, потому что формально «все правда».

**Полуправда (сокрытие)** — это сознательное искажение истины, при котором сообщаются достоверные факты, но намеренно утаивается их существенная часть. В результате создается неполная или односторонняя картина реальности, которая вводит собеседника в заблуждение.

Полуправда и сокрытие — это две стороны одного приема: в первом случае манипулятор говорит часть правды, чтобы ввести в заблуждение; во втором — просто не договаривает. Разберем оба варианта.

## **Чистая полуправда:**

**Суть:** «Собеседник говорит один истинный факт, но использует его как щит, чтобы вы подумали обо всем остальном ложно».

**Ситуация:** Девушка подозревает парня в том, что он пил алкоголь на вечеринке.

**Девушка:** «Ты вчера пил алкоголь? Я чувствую запах!»

**Парень:** «Клянусь, я не выпил ни капли водки, коньяка или виски!»

**Девушка:** (успокаивается) «Фух, ну ладно, значит, просто кто-то рядом пил».

**В чем здесь чистая полуправда:** Молодой человек действительно не пил водку, коньяк и виски. Его утверждение на 100 процентов истинно и проверяемо. Но это полуправда, потому что он использует этот факт, чтобы создать ложное впечатление, что он был трезв. Вторая половина правды не озвучена: он выпил три бутылки пива и бутылку вина. Истинный факт («не пил крепкое») подается как доказательство общей трезвости.

**Механика:** Фраза сама по себе правдива, но она вырвана из контекста и используется для создания ложного образа.

## **Чистое сокрытие:**

**Суть:** «Оппонент хвалит хорошее и делает вид, что плохого не существует».

**Ситуация:** Продажа подержанного автомобиля.

**Продавец:** «Двигатель после капитального ремонта, сами

видите, кузов не гнилой, резина новая, а в салоне вообще никто не курил!»

**Покупатель:** «Звучит отлично, беру!»

**В чем здесь чистое сокрытие:** Продавец не сказал ни единой лжи. Все перечисленное — факты. Но он применил чистое сокрытие: он вообще не упомянул, что коробка передач не работает, а машина не снимается с учета в ГИБДД из-за запрета приставов.

**Механика:** Нет ложных утверждений. Есть только намеренная тишина в месте, где должна быть критически важная информация.

Часто эти приемы используют вместе — и именно эта связка обезоруживается быстрее всего.

**Приемы полуправды и сокрытия:**

— **Выборочная информация** — упоминает только 80 процентов полиэстера, но не говорит, что это 100 процентов синтетика, которая не дышит.

— **Подмена понятий** — «хорошо держит форму» звучит как преимущество, но скрывает, что материал жесткий и некомфортный.

— **Соккрытие дефекта** — не говорит о проблеме с молнией, списывает на «новую вещь».

— **Манипуляция срочностью** — «только до вечера» создает искусственное давление.

— **Неполное объяснение скидки** — «сезонная распродажа» вместо правды о браке или последнем размере.

—**Ложь о размере**— говорит «маломерит», чтобы продать ненужный размер.

**Примеры полуправды и сокрытия в разных сферах:**

**Культура:** «Мы провели полную научную реставрацию памятника».

**Экономика:** «100 дней без процентов! Пользуйтесь нашими деньгами бесплатно».

Технически верно: если вы тратите свои и гасите долг в льготный период, банк не берет процент. Умалчивается, что снятие наличных или переводы на другие карты мгновенно отменяют грейс-период и включают огромные комиссии. Также умалчивается, что минимальный ежемесячный платеж часто покрывает только проценты, а не тело долга, загоняя человека в долговую яму.

**Отношения:** «Я работал допоздна».

**Дружба:** «Я не говорил никому».

**Работа и бизнес:** «За последний год портфель вырос на 25 процентов».

Не упоминается, что до этого года фонд падал на 40 процентов в течение трех лет, а средняя доходность за 10 лет составляет всего 3 процента — ниже инфляции.

Разберем использование полуправды и сокрытия информации в продажах.

**Ситуация:** Покупательница выбирает куртку в магазине одежды.

**Покупатель:** Эта куртка очень красивая! А из какого она

материала?

**Продавец:** Смотрите, здесь отличный состав! 80 процентов полиэстер. Это современный прочный материал, который хорошо держит форму. И 20 процентов — другие волокна для эластичности.

**Покупатель:** А ткань дышит? Не будет ли в ней жарко?

**Продавец:** Что вы! В ней очень комфортно. Многие покупают именно такую модель. К тому же, сейчас на нее отличная цена — всего 5 999 рублей вместо 8 999!

**Покупатель:** А почему такая скидка?

**Продавец:** Сезонная распродажа, коллекцию обновляем. (не говорит, что это последняя куртка с браком — застежка заедает).

**Покупатель:** Можно примерить?

**Продавец:** Конечно! Хочу предупредить, эта модель маломерит, поэтому мы рекомендуем брать на размер больше. (на самом деле куртка большемерит, но продавцу нужно продать именно этот размер).

**Покупатель:** (после примерки) Что-то молния туго ходит.

**Продавец:** Это нормально для новой куртки! Немного разносится. Зато посмотрите, как отлично сидит! Вам очень идет. И по акции сегодня — только до вечера!



### 3. ИСКАЖЕНИЕ КОНТЕКСТА

**Сила воздействия: 8/10**

Факты не трогают, но меняют их окружение: вырывают цитату, сдвигают хронологию, убирают обстоятельства. В результате правдивые слова начинают звучать как доказательство нужного тезиса. Это уже не про «что сказано», а про «как подано».

**Почему сильнее полуправды:** даже внимательный человек может не заметить подмены рамок. Особенно если он эмоционально вовлечен или торопится.

**Искажение контекста**— это манипулятивный прием, при котором достоверная информация (факт, цитата или событие) изымается из своего первоначального окружения и помещается в новую ситуацию. В результате исходный смысл сообщения меняется на противоположный или существенно деформируется, хотя сами слова остаются правдивыми.

**Основные способы искажения контекста:**

—**Обрезка цитат:** Из речи вырывается одна фраза, которая без связки с предыдущими и последующими предложениями обретает новый смысл.

—**Смена хронологии:** События меняются местами во времени, чтобы создать ложную причинно-следственную связь.

—**Подмена аудитории:** Высказывание, предназначен-

ное для узкого круга лиц (например, шутка среди друзей), выдается за официальную позицию перед широкой публикой.

—**Изменение фона:** Факт сообщается без упоминания обстоятельств, которые его оправдывали или объясняли (например, сообщение о трате бюджетных средств без указания на то, что это была оплата жизненно важного контракта).

### **Примеры искажения контекста в разных сферах:**

**Культура:** Режиссер признался: «Я снял этот фильм только для себя».

**Экономика:** «Годовая инфляция замедлилась с 15 процентов до 5 процентов!»

Вы слышите это и думаете, что цены в магазинах начали падать, а на самом деле цены не упали. Они просто перестали расти так быстро. Но базовый уровень цен навсегда закрепился на отметке плюс 15 процентов за прошлый год. Покупательная способность не вернулась.

**Отношения:** «Ты всегда так делаешь».

**Дружба:** «Ты вечно считаешь меня глупым. Ты самодурствуешь за мой счет и указываешь, как мне жить. Ты просто хочешь меня контролировать».

**Работа и бизнес:** «Наша компания показывает взрывной рост! Выручка увеличилась на 900 процентов за месяц!» (а на самом деле стартап заработал в первом месяце 10 долларов, а во втором — 100 долларов).

Теперь перейдем к диалогу, в котором менеджер исполь-

зует искажение контекста, чтобы навязать клиенту невыгодные условия автокредита.

**Суть этого приема:** факты не скрываются (как при полуправде), а помещаются в ложный смысловой фрейм, из-за чего их значение полностью меняется.

**Ситуация:** Клиент изучает график платежей и условия договора автокредита.

**Клиент:** Подождите, я тут посчитал. Если я беру в долг 1 миллион на 5 лет, то по итогу возвращаю полтора. Почему такая огромная переплата? И откуда тут страхование жизни на 120 тысяч рублей! Я не просил.

**Менеджер:** Иван, вы смотрите на общую сумму, но упускаете главный экономический контекст! Вы же не собираетесь хранить эти деньги под матрасом? Инфляция сейчас двузначная. Через пять лет эти «переплаченные» 500 тысяч обесценятся как минимум вдвое! То есть, в реальном выражении, вы фактически пользуетесь деньгами банка почти бесплатно.

**Клиент:** Звучит сомнительно. Ладно, давайте уберем страховку жизни. Зачем она мне, я просто хочу купить машину.

**Менеджер:** Вы неправильно понимаете ее суть, смотрите шире! Это не трата, это ваш главный инструмент для получения скидки на автомобиль. Без страховки машина стоит 2 миллиона. Со страховкой — те же 2 миллиона, но мы компенсируем ее стоимость скидкой на дополнительное оборудо-

дование. Вы же не хотите упустить выгоду и платить за воздух?

**Клиент:** Но процентная ставка 22 процента годовых! Это очень много.

**Менеджер:** 22 процента — это просто базовая цифра в договоре для тех, кто не пользуется нашим партнерским кэшбэком. Если вы тратите по нашей карте от 50 тысяч в месяц, реальная ставка для вас снижается до 12 процентов. Вы же активный человек, наверняка тратите больше? Так что фактически кредит вам почти ничего не стоит.

**Клиент:** Подождите, я просто хочу взять машину в базовой комплектации. А вы тут мне насчитали «защиту от потери работы» и «продленную гарантию» на 150 тысяч...

**Менеджер:** Иван, ну какой базовый комплект? Мы же обсуждаем не железо, а вашу безопасность и спокойствие! Вы берете машину для семьи. Если вдруг случатся трудности на работе, «защита» погасит платежи, и банк не заберет авто. Вы же не хотите, чтобы из-за какой-то временной трудности ваша семья осталась без колес на морозе?

**Клиент:** Ну... когда вы так говорите, это действительно звучит как забота. Я просто не подумал об этом под таким углом.

**Менеджер:** Вот именно! Давайте не будем заикливаться на сухих и пугающих цифрах, а посмотрим на картину в целом. Вы получаете отличный автомобиль, стальную защиту для семьи и комфортные ежемесячные платежи всего 25

тысяч. Это же не расходы, это инвестиция в ваш комфорт. Подписываем?

### **Приемы искажения контекста в этом диалоге:**

— **Подмена финансового контекста макроэкономическим**— Клиент переживает о конкретной переплате в 500 000 рублей. Менеджер переводит контекст в абстрактную «инфляцию», заставляя клиента думать, что долг обесценится, хотя банковские проценты по кредиту всегда перекрывают инфляцию.

— **Искажение сути продукта**— Обязательная навязанная страховка (которая является чистым расходом клиента) подается не как «дополнительная плата», а как «инструмент получения скидки». Контекст «траты» подменяется контекстом «выгоды».

— **Смещение фокуса с реального на гипотетическое**— Реальная ставка 22 процента искажается путем перевода в контекст «кэшбэка». Менеджер выдает желаемое за действительное: даже если клиент получит кэшбэк, он не покроет гигантскую переплату по кредиту, но фокус смещен на «снижение ставки».

— **Эмоциональное искажение (подмена рационального эмоциональным)**— Финансовые продукты («защита от потери работы») извлекаются из контекста банковской выгоды (за которые банк получает огромную комиссию) и помещаются в контекст любви к семье и безопасности. Критиковать продукт теперь означает «не заботиться о семье».

— **Искажение понятия «инвестиция»** — Потребительский кредит на автомобиль (который теряет в цене с первой секунды) подается в контексте «инвестиции в комфорт», что полностью меняет восприятие траты.

Три приема, которые мы разобрали, — это лишь начало. Дальше обман становится изощреннее: он перестает атаковать факты и начинает атаковать само мышление.

Следующие два уровня — подмена понятий и газлайтинг — это уже не про ложь. Это про то, как заставить вас усомниться в собственной реальности и принять чужую версию мира за свою. Именно здесь заканчивается сопротивление и начинается полное подчинение.

## **4. ПОДМЕНА ПОНЯТИЙ**

**Сила воздействия: 9/10**

Манипулятор не спорит с фактами и не прячет контекст — он меняет язык. «Сокращение ш

# 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.