18+

Илья Ильченко

Любовь без бесконечного свайпа

Илья Ильченко
Любовь без бесконечного свайпа

https://litres.ru/74959413
ISBN 9785007178273

Аннотация

Дейтинговые приложения открыли доступ к огромному количеству знакомств. Но почему при бесконечном выборе многим становится всё труднее выбрать, довериться и построить близкие отношения?

Книга «Любовь без бесконечного свайпа» исследует, как цифровая среда влияет на романтический поиск, самооценку, внимание и ожидания от партнёра.

Содержание

Любовь без бесконечного свайпа 5
Введение. Витрина лиц и голод по близости 6
Конец ознакомительного фрагмента. 28

Любовь без бесконечного свайпа

Илья Ильченко

© Илья Ильченко, 2026

ISBN 978-5-0071-7827-3
Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Любовь без бесконечного свайпа

Введение. Витрина лиц и голод по близости

Каждый вечер миллионы людей совершают одно и то же механическое движение пальцем. Вправо, влево, вправо, влево. За этим жестом скрывается не просто скука или праздное любопытство. За ним стоит фундаментальная человеческая потребность: быть увиденным, понятым, принятым и согретым другим человеком.

Технологии обещали революцию в любви. Они гарантировали, что никто больше не останется один. Вам больше не нужно преодолевать застенчивость в библиотеке, надеяться на случайную встречу в вагоне метро или полагаться на ограниченный круг знакомых ваших родителей. Город с населением в миллионы жителей превратился в каталог, разложенный по полочкам: возраст, рост, расстояние до вас с точностью до километра, увлечения, музыкальные предпочтения и знак зодиака.

Казалось бы, поиск партнера должен был стать триумфом математической точности и доступности. Никогда еще в истории человечества отдельный человек не имел прямого доступа к тысячам потенциальных возлюбленных в радиусе пя-

ти километров.

Но вместо триумфа любви мир столкнулся с эпидемией романтического истощения.

Люди, проводящие часы в приложениях, признаются в парадоксальных вещах:

— выбор колоссален, но выбрать некого;

— совпадений десятки, но диалоги затухают на третьей реплике;

— свидания происходят каждую неделю, но после них остается лишь чувство опустошенности и эмоционального похмелья;

— любое несовершенство партнера воспринимается как повод немедленно вернуться к ленте, ведь за следующим свайпом непременно ждет кто-то лучше, красивее, веселее и удобнее.

Возникла тревожная реальность: изобилие вариантов не раскрепостило нас, а парализовало. Доступность тысяч анкет обесценила ценность конкретного человека, сидящего напротив за столиком в кофейне. Любовь перестала быть тайной, процессом взаимного созидания и терпеливого узнавания. Она превратилась в транзакцию, в бесконечный шопинг, где мы одновременно выступаем и придирчивыми покупателями, и уцененным товаром на витрине.

Эта книга написана не для того, чтобы призвать вас удалить все приложения и уйти в монастырь. И не для того, чтобы читать ностальгические нотации о том, как «раньше было лучше». Раньше не было лучше: люди терпели насилие, годами оставались в несчастливых браках от безысходности и страдали от узкого, душного круга доступных контактов.

Цифровой дейтинг — это инструмент. Но инструмент этот создан корпорациями, чья главная цель не в том, чтобы вы нашли свою любовь и навсегда удалили профиль. Их цель — удержать ваше внимание, заставить вас прокручивать экран как можно дольше, продать вам премиальную подписку и суперлайки, эксплуатируя вашу базовую биологическую уязвимость: страх одиночества и жажду дофаминового вознаграждения.

Эта книга — практическое руководство по выживанию и поиску подлинной близости в мире алгоритмической романтики.

Мы разберем:

— как интерфейсы приложений перепрограммируют нашу психику и механизмы привязанности;

— почему классический «парадокс выбора» Барри Шварца превращает романтический поиск в невроз;

— как преодолеть синдром эмоционального выгорания от бесконечных свиданий;

— почему гостинг, бредкрамбинг и скамейка запасных стали нормой цифровой коммуникации и как защитить от них свою самооценку;

— как перестать оценивать людей как набор технических характеристик и вернуть способность видеть живую личность;

— как составить анкету, которая отсекает случайных потребителей контента и привлекает тех, кто готов к контакту;

— как переводить онлайн-общение в реальный мир без потери времени и душевных сил;

— и, наконец, как вовремя остановиться, когда перед вами появится тот самый несовершенный, сложный, живой человек, ради которого стоит закрыть бесконечную галерею лиц.

Вы держите в руках компас для навигации по территории современного поиска близости. Цель этого пути — не коллекционирование совпадений, а возвращение себе способности любить и быть любимым без цинизма, тревоги и иллюзии, будто где-то за углом всегда припрятан идеальный человек.

Глава 1. Архитектура иллюзии: как алгоритмы переписали романтический поиск

Свайп как рефлекс: рождение цифровой рулетки

Чтобы понять, почему современные свидания стали причиной хронической усталости, необходимо заглянуть под капот тех сервисов, которые мы запускаем каждый день.

До появления современных приложений интернет-знакомства выглядели иначе. В начале двухтысячных годов сайты знакомств напоминали доски подробных объявлений или филиалы исследовательских институтов. Пользователи заполняли гигантские опросники на сотни пунктов: отношение к религии, политические взгляды, любимые авторы, готовность завести собаку, финансовые планы на пять лет. Алгоритмы тех лет пытались решить задачу в лоб — найти максимальное совпадение по ключевым признакам. Это было медленно, требовало усидчивости, рефлексии и напоминало составление резюме.

Революция произошла в 2012 году, когда на рынок вышло приложение, предложившее интерфейс свайпа.

Оно устранило барьер размышления. Вам больше не нужно было читать длинные эссе о чужих ценностях. Исчезла необходимость писать первое сообщение с риском получить прямое, ранящее самолюбие молчание или отказ: контакт

открывался только при взаимной симпатии. Но главное — весь сложный, многогранный образ другого живого человека был редуцирован до одной фотографии и мгновенного движения пальца.

Движение влево — отказ, удаление из реальности, стирание из визуального поля.

Движение вправо — допуск, одобрение, ставка в игре.

На принятие решения человеку требуется от ста до двухсот миллисекунд. За это время наш мозг не способен оценить характер, доброту, надежность или чувство юмора. Он успевает зафиксировать только базовые биологические маркеры: симметрию лица, осанку, статусность одежды, контекст фотографии и сексуальную привлекательность.

Свайп превратил романтический поиск в рефлекторную игру. Мозг реагирует на интерфейс дейтингового сервиса точно так же, как на рычаг игрового автомата в казино.

В поведенческой психологии этот механизм называется переменным коэффициентом подкрепления (variable ratio schedule). Его подробно исследовал Беррес Скиннер: если голубь получает зерно при каждом нажатии на кнопку, он нажимает ее только тогда, когда голоден. Если кнопка никогда не дает зерна, голубь быстро теряет к ней интерес. Но

если зерно выпадает хаотично, непредсказуемо — один раз на пятое нажатие, другой раз на двадцатое, третий раз на второе — поведение становится маниакальным. Голубь готов долбить кнопку часами без остановки, забывая о сне и естественных потребностях.

Дейтинговые приложения построены по принципу того же игрового автомата:

— каждый свайп — это опускание монеты и нажатие рычага;

— совпадение (match) — это звук выигрыша, взрыв конфетти на экране, дофаминовый всплеск в синапсах;

— непредсказуемость — главный наркотик: вы не знаете, принесет ли совпадение следующее движение пальца, десятое или пятидесятое.

В этот момент цель приложения вступает в прямое противоречие с вашей целью. Ваша цель — найти партнера, построить отношения и, в идеале, удалить приложение. Цель алгоритма — сделать так, чтобы вы продолжали играть. Если вы найдете постоянного партнера на первой неделе использования, компания потеряет пользователя, который мог бы смотреть рекламу, покупать функцию отмены неудачного свайпа, оплачивать режим невидимости или буст анкеты.

Именно поэтому алгоритмы никогда не показывают вам

всех подходящих людей сразу. Они дозируют совпадения, прячут популярные профили за пейволлом, показывают неактивные анкеты, создают иллюзию бесконечного потока, чтобы держать вас в состоянии мягкой, ненасытной романтической тревоги.

Экономика внимания и обесценивание контакта

В классической социологии внимание всегда рассматривалось как признак уважения и эмоционального вклада. Чтобы познакомиться с человеком двадцать лет назад, требовалось усилие: подойти, справиться с волнением, найти повод для разговора, выдержать неловкость первого контакта. Это действие стоило эмоциональных затрат, а значит, обладало субъективной ценностью.

Цифровой интерфейс свел стоимость первого шага к нулю.

Когда стоимость действия равна нулю, ценность результата стремительно падает до той же отметки.

Если раньше получение номера телефона было кульминацией успешного знакомства и сулило продолжение, то сегодня взаимный лайк в приложении не значит практически ничего. Это лишь сигнал: «Я признаю, что твоя визуальная ре-

презентация не вызывает у меня отторжения». За этим признанием может не последовать даже банальное «привет».

Исследования пользовательского поведения показывают ошеломляющие цифры: более половины взаимных совпадений в крупных дейтинговых сервисах никогда не перерастают даже в первую реплику. Пользователи коллекционируют совпадения не ради знакомств, а ради подтверждения собственной востребованности. Match превратился в валюту самооценки.

Человек заходит в приложение после тяжелого рабочего дня или ссоры с начальником, листает анкеты, получает три-четыре уведомления о взаимном интересе, получает свою порцию валидации и закрывает приложение со спокойным чувством: «Я все еще привлекателен. Жизнь продолжается». Человек напротив в этот момент ждет начала диалога, не подозревая, что его профиль просто использовали как эмоциональный пластырь.

Так возникает фундаментальный сдвиг в восприятии другого человека: из субъекта, обладающего собственной болью, надеждами и судьбой, он превращается в объект — в пиксель, в цифру на экране, в инструмент мгновенной регуляции нашего настроения.

Алгоритмическая сегрегация: рейтинг привлекательности

В течение многих лет разработчики приложений отрицали, что ранжируют пользователей по скрытым параметрам. Однако патенты и утечки данных раскрыли систему, лежащую в основе большинства современных сервисов: алгоритм Эло (Elo rating), изначально созданный для расчета мастерства шахматистов.

В шахматах ваш рейтинг растет, когда вы побеждаете сильного игрока, и падает, когда вы проигрываете слабому. В алгоритмах знакомств победой считается свайп вправо на вашу анкету, а поражением — свайп влево.

Если ваш профиль одобряет пользователь с высоким рейтингом привлекательности, ваш внутренний балл взлетает вверх. Если вас массово отсеивают пользователи с низким рейтингом, ваша анкета падает на цифровое дно. Приложение начинает показывать вас только тем, кто находится в том же кластере «невостребованности», а профили привлекательных пользователей скрываются глубоко в колоде или предлагаются за отдельную плату.

Эта невидимая математическая сегрегация приводит к тяжелым психологическим последствиям:

1. Она формирует у человека подсознательное ощущение кастовости: люди интуитивно чувствуют, когда их анкету перестают показывать, и реагируют на это падением самооценки, агрессией или апатией.

2. Она гипертрофирует социальное неравенство: верхушка пирамиды внимания получает сотни сообщений в день, с которыми физически невозможно справиться, в то время как подавляющее большинство сталкивается с глухой, немой пустыней безответных лайков.

3. Она разрушает естественные законы притяжения: в реальной жизни харизма, запах, голос, манера двигаться и остроумие могут мгновенно компенсировать несоответствие модельным стандартам внешности. В двухмерном пространстве алгоритма эти параметры не считываются. Работает только жесткая, стандартизированная фотогеничность.

Практический анализ: аудит ваших отношений с приложениями

Чтобы вернуть себе контроль над процессом поиска, необходимо сначала осознать масштаб алгоритмического влияния на вашу жизнь. Ответьте себе на следующие вопросы максимально честно, без самоосуждения:

1. В какие именно моменты дня вы чаще всего открываете дейтинг-приложение? Связано ли это с осознанным жела-

нием пообщаться или это автоматическая реакция на скуку, одиночество, усталость, тревогу или прокрастинацию?

2. Сколько времени в день вы тратите на прокручивание анкет по сравнению со временем, которое вы посвящаете реальному диалогу или встречам?

3. Что вы чувствуете, когда вам приходит уведомление о совпадении? Испытываете ли вы интерес к конкретному человеку или мимолетное чувство триумфа, которое угасает через пару минут?

4. Ловили ли вы себя на мысли, что реальный человек на свидании кажется вам «недостаточно идеальным» по сравнению с его фотографиями или по сравнению с той бесконечной вереницей лиц, которая осталась в вашем телефоне?

Если вы заметили, что просмотр анкет стал механическим ритуалом, напоминающим просмотр коротких видео в социальных сетях, значит, алгоритм переписал вашу цель. Вы больше не ищете любовь. Вы играете в игру, правила которой написаны не вами.

Глава 2. Парадокс выбора и ловушка оптимизации: почему чем больше анкет, тем меньше счастья

Эксперимент с джемом: основы теории Барри Шварца

В 2000 году психологи Шина Айенгар и Марк Леппер про-

вели ставшее классическим исследование, которое навсегда изменило представления о человеческом выборе.

В супермаркете был установлен дегустационный стенд с элитным джемом. В первый день покупателям предлагали попробовать 24 различных сорта. Во второй день ассортимент сократили всего до 6 сортов.

Результаты оказались поразительными:

— стенд с 24 сортами привлекал гораздо больше внимания: у него останавливались 60 процентов посетителей (у маленького стенда — только 40 процентов);

— однако реальные покупки распределились прямо противоположным образом: из тех, кто подошел к стенду с 6 сортами, банку джема купили 30 процентов людей. Из тех, кто выбирал из 24 сортов, покупку совершили всего 3 процента.

Большой выбор манил, гипнотизировал, но парализовал способность принять окончательное решение.

Позже психолог Барри Шварц развил эту идею в фундаментальный концепт — «парадокс выбора». Его суть проста: современная западная культура исходит из аксиомы, что свобода выбора — это абсолютное благо, а значит, максимизация вариантов ведет к максимизации счастья. Но на практи-

ке, когда число альтернатив превышает определенный психологический порог, наступают три разрушительных эффекта:

1. **Паралич решения.** Человеку становится настолько сложно сопоставить все плюсы и минусы десятков вариантов, что он предпочитает не выбирать вовсе.
2. **Упущенная выгода (opportunity costs).** Выбирая любой конкретный вариант, мы вынуждены отказаться от привлекательных сторон всех остальных. Чем больше вариантов осталось за бортом, тем острее мы переживаем их утрату.
3. **Эскалация ожиданий.** Если вам доступно всего два варианта, ваши требования скромны: вы надеетесь просто на приемлемый результат. Если перед вами тысячи вариантов, вы требуете идеала. И когда реальность неизбежно оказывается неидеальной, вы вините себя за то, что плохо искали.

Теперь перенесите эту модель с банок джема на живых людей.

Раньше среднестатистический человек выбирал партнера из пула в несколько десятков знакомых: соседи, сокурсники, коллеги, друзья детства. Ожидания были откалиброваны под живую реальность. Люди понимали: идеальных нет, у каждого свой характер, свои привычки, своя история. Смысл брака

или союза заключался не в том, чтобы найти безупречно подогнанную деталь пазла, а в том, чтобы научиться жить вместе двум разным людям, постепенно притираясь и взрослея.

Современный дейтинг поместил человека в ситуацию гипотетического выбора из сотен тысяч вариантов. Наш мозг, эволюционно сформированный для жизни в небольших группах численностью от 50 до 150 особей, оказался абсолютно беспомощен перед бесконечностью каталога.

Максимизаторы против удовлетворенцев

Барри Шварц разделил всех людей по способу принятия решений на две большие психологические группы: максимизаторы (maximizers) и удовлетворенцы (satisficers).

Удовлетворенец опирается на внутренние стандарты достаточности. Он знает, какие критерии для него фундаментально важны: например, доброта, надежность, общие базовые ценности и физическое влечение. Он ищет вариант, который соответствует этим критериям. Когда такой вариант найден, удовлетворенец останавливает поиск и вкладывает силы в построение отношений. Ему не важно, бродит ли по улицам кто-то чуть более остроумный или стройный. Его выбор сделан, и он им доволен.

Максимизатор живет в постоянном аду сравнительного анализа. Он не может просто выбрать хорошее — ему необходимо выбрать наилучшее из всех теоретически возможных вариантов.

В эпоху дейтинговых приложений максимизатор обречен на хроническое несчастье. Даже если он знакомится с прекрасным, умным, теплым и привлекательным человеком, внутри него начинает звучать тихий, ядовитый голос:

— «Да, с ней замечательно. Но вдруг в трех километрах отсюда живет девушка, которая любит ту же малоизвестную инди-группу, что и я?»

— «Он добрый и заботливый, но его смех меня иногда раздражает. В приложении у меня еще 40 совпадений, может, среди них есть тот, кто не будет раздражать никогда?»

— «Не слишком ли рано я соглашаюсь на постоянные отношения? Мне всего тридцать, рынок огромен, я могу встретить кого-то получше».

Максимизатор относится к отношениям как инвестор, пытающийся купить акции на самом дне и продать на самом пике. Он боится продешевить. В результате он либо держит людей на дистанции, не позволяя отношениям развиться глубже поверхностного флирта, либо разрывает связь при первом же намеке на бытовую скуку или сложность характера.

Максимизация превращает свидания в оптимизационную задачу, которую невозможно решить, потому что исходные данные бесконечны.

Иллюзия альтернативы и смерть привязанности

Чтобы между двумя людьми возникла подлинная близость, необходимо одно обязательное условие: эмоциональная безопасность.

Эмоциональная безопасность строится на знании: «Мы здесь вместе. Мы не разбежимся при первом споре. Мы закрыли поиск и смотрим друг на друга, а не по сторонам».

Приложения уничтожают эту безопасность в зародыше. Они создают то, что психологи называют «иллюзией постоянной доступности альтернатив». Даже когда пара начинает встречаться, телефон в кармане продолжает вибрировать. Подсознательно оба партнера знают: если что-то пойдет не так, если случится кризис, если романтический туман рассеется и начнется рутина, выход находится на расстоянии двух кликов.

Эта иллюзия кардинально меняет подход к преодолению конфликтов:

— Вместо того чтобы учиться разговаривать, слышать обиду другого, признавать свои ошибки и находить компромисс, современный человек склонен думать: «Зачем мне эти сложности? Я просто вернусь в приложение, где всё легко и свежо».

— Возникает феномен «низкого порога ухода»: отношения утилизируются при малейшем сопротивлении материала.

Но парадокс заключается в том, что близость не может вырасти без преодоления трудностей. Именно совместное прохождение через кризисы, неловкости, разочарования и взаимную уязвимость превращает двух чужих людей в по-настоящему родных. Избегая конфликтов через побег к новым анкетным карточкам, человек лишает себя возможности повзрослеть в любви. Он раз за разом переживает конфетно-букетную стадию, сбегая ровно в тот момент, когда начинается реальная работа души.

Практическая методика: переход из максимизатора в удовлетворёнца

Если вы узнали в описании максимизатора себя, вам необходима осознанная перенастройка внутренних мыслительных фильтров. Этот переход требует волевого усилия, поскольку вся окружающая цифровая среда поощряет поведе-

ние максимизатора.

**Шаг 1. Формулирование критериев «не подлежит обсуждению» (Non-negotiables) **

Возьмите лист бумаги и запишите не более четырех качеств, без которых вы действительно не можете представить здоровые партнерские отношения.

Примеры глубоких критериев:

— эмоциональная зрелость (способность говорить о проблемах без агрессии и ухода в глухую оборону);

— совпадение базовых жизненных траекторий (отношение к браку, детям, месту жительства);

— базовое уважение и безопасность (отсутствие унижения, зависимостей, манипуляций);

— наличие искреннего взаимного интереса и физического влечения.

Шаг 2. Осознанное выбрасывание мусорных критериев

Составьте второй список — качеств, которые приятны, но не имеют отношения к прочности союза.

Сюда относятся:

— специфический рост (печально известный культ мужчин выше 185 см);

— любовь к одинаковым сериалам или схожий музыкальный вкус (общие хобби не гарантируют общих ценностей);

— идеальный стиль в одежде на первой встрече (стиль корректируется, человечность — нет);

— безупречная фотогеничность.

Шаг 3. Введение правила «трех свиданий»

Запретите себе выносить окончательный вердикт человеку на основании первых сорока минут встречи, если только он не нарушил ваши фундаментальные границы безопасности.

Первое свидание — это территория стресса, фальши, попыток казаться лучше и естественной неловкости. Человек может быть зажат, может неудачно пошутить или перепутать слова от волнения. Если вы не чувствуете физического отвращения и нет красных флагов, дайте шансу второе и третье свидание. Именно на третьей встрече люди обычно снимают социальные доспехи и проявляют свою подлинную сущность.

Шаг 4. Правило закрытия поиска (Commitment device)

Если вы встретили человека, который соответствует вашим критериям достаточности, и решили попробовать строить отношения — договоритесь с собой (а позже и с ним) о полном удалении дейтинговых профилей. Не «перевести в спящий режим», не «отключить уведомления», а удалить.

Пока приложение остается на телефоне, ваш мозг держит

аварийную дверь приоткрытой. Чтобы построить дом, нужно перестать присматривать другие участки под застройку.

Глава 3. Товаризация человека: как мы стали продуктом и покупателем одновременно

Понятие романтического капитализма

Французский социолог Ева Иллуз в своих фундаментальных работах ввела термин «эмоциональный капитализм». Она подробно исследовала, как рыночная логика, законы торговли и язык экономической эффективности проникли в самые интимные закоулки человеческой души.

Раньше экономика и романтика существовали в напряженном диалоге, но всё же разделялись. Сфера чувств считалась убежищем от жестокого, расчетливого мира капитала: дома, в любви, человек надеялся быть ценным сам по себе, а не за свою полезность или рыночную стоимость.

Дейтинговые сервисы завершили интеграцию романтики в капиталистическую матрицу. Любовный поиск стал функционировать по законам маркетплейса:

1. **Профиль как витрина продукта.** Фотографии — это рекламные баннеры. Текст «о себе» — это продаю-

щий копирайтинг. Человек вынужден позиционировать себя, подчеркивать свои конкурентные преимущества, демонстрировать высокий социальный статус и скрывать любые признаки уязвимости, грусти или усталости.

2. **Пользователь как потребитель.** Мы заходим в приложение с теми же паттернами мышления, с которыми заходим на сайты интернет-магазинов. Мы выставляем фильтры по возрасту, росту, геолокации, привычкам и начинаем придирчиво сортировать предложенные товары.

3. **Оценка рентабельности инвестиций (ROI).** Люди начинают скрупулезно подсчитывать: «Я потратил на этот ужин два часа времени и определенную сумму денег. Что я получил взамен? Окупились ли мои инвестиции? Стоит ли вкладывать сюда эмоциональный капитал дальше или переключиться на более перспективный актив?»

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.