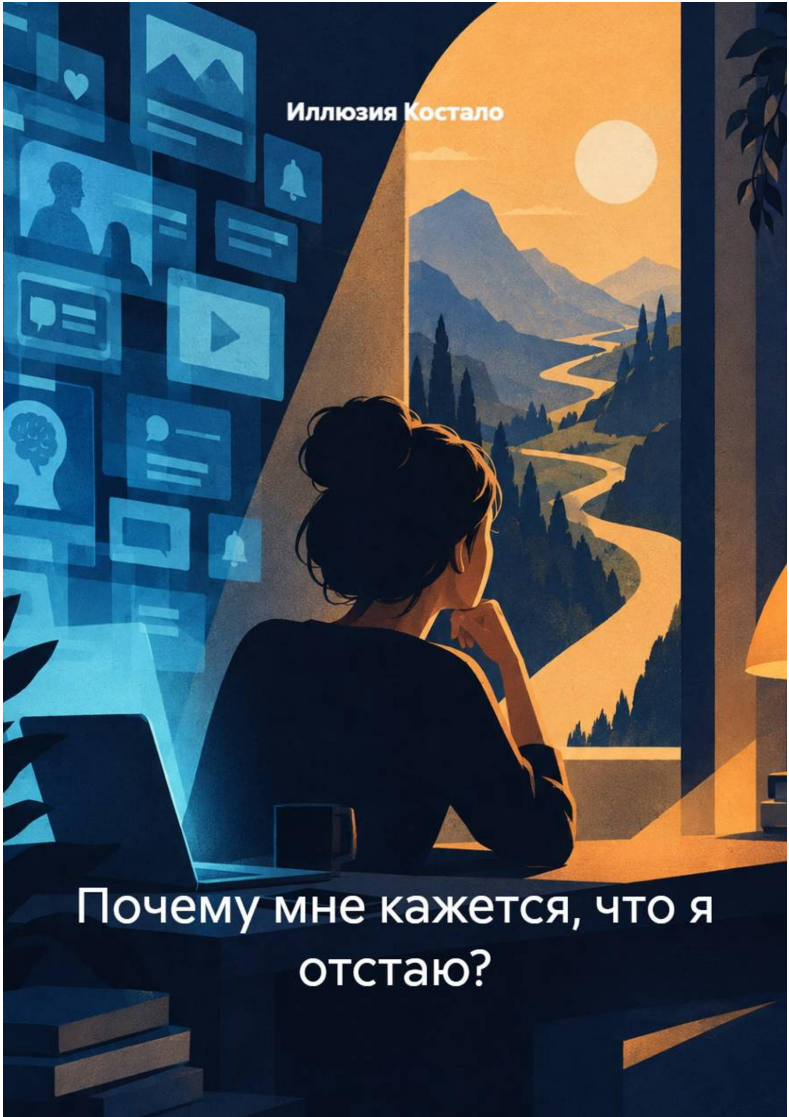

Иллюзия Костало
Почему мне кажется, что я отстаю?

Иллюзия Костало
Почему мне кажется, что я отстаю?

https://litres.ru/75009838
SelfPub; 2026

Аннотация

Почему в соцсетях все успешнее вас?

Вы открываете телефон — и через пять минут чувствуете себя неудачником. У кого-то бизнес в Дубае, у кого-то книга, у кого-то «жизнь мечты». А у вас — отчёты, ипотека и ощущение, что вы опаздываете.

Психолог и автор этой книги знает это чувство не понаслышке. Он тоже листает ленту по вечерам — и тоже попадается. Но он нашёл объяснение: ваш мозг обманывают восемь механизмов, которые работают против вас каждый день. Ошибка выжившего. Социальное сравнение. Иллюзия прозрачности. Эффект доступности. Синдром самозванца. Эхо-камеры. FOMO. Иллюзия контроля.

Через реальные истории блогеров, топ-менеджеров и обычных людей автор показывает, как эти механизмы превращают ленту в список победителей — и почему вы не видите тех, кто «упал».

Внутри — 10 упражнений по цифровой гигиене и чек-лист цифрового скептика. Не «просто отключите телефон», а

практика, которая возвращает вам авторство над собственной жизнью.

Содержание

Введение. Почему лента новостей кажется списком победителей	7
О чём эта книга	9
Восемь механизмов	10
Как устроена книга	12
Для кого эта книга	13
Обещание и предупреждение	14
Начнём	15
Глава 1. Ошибка выжившего: мы видим только тех, кто долетел	16
Самолёт, который вернулся с пробоинами	19
Почему лента — это список победителей	22
Три уровня ошибки выжившего в цифровую эпоху	24
А если это не только про соцсети?	26
Что с этим делать: упражнение	28
Возвращаясь к Марку	30
Глава 2. Социальное сравнение: почему чужая витрина кажется эталоном	31
Что такое социальное сравнение	33
Три ловушки цифрового сравнения	34
Почему мозг не может остановиться	36
Упражнение 2. «Дневник сравнений»	38

Иллюзия Костало
Почему мне кажется, что я отстаю?

Почему мне кажется, что я отстаю?

Введение. Почему лента новостей кажется списком победителей

Вечер, телефон, лента. Было около полуночи. Я лежала в кровати, листала ленту одной популярной соцсети и чувствовала, что моя жизнь складывается как-то неправильно.



Я психолог. Я знаю про когнитивные искажения больше,

чем большинство людей. Я читаю лекции о том, как мозг обманывает нас. И всё равно — лежала и листала. И всё равно — чувствовала.

Вот бывший однокурсник — у него новый бизнес и пост о том, как он «вышел на новый уровень». Вот коллега — она запустила курс и собрала первую тысячу студентов. Вот знакомая — она в Португалии, на фото закат и подпись «это место меняет тебя». Вот ещё кто-то — у него книга, у неё повышение, у них «жизнь мечты».

Я выключила телефон. Положила на тумбочку. И подумала: почему мне кажется, что все вокруг успешнее и счастливее меня?

Я знала ответ. Точнее, я знала ответы — их много, и они складываются в систему. Но знать ответы и чувствовать их — разные вещи. В тот вечер я чувствовала только одно: я отстаю.

Эта книга выросла из того вечера. Из разрыва между тем, что я знаю, и тем, что я чувствую. Из желания понять, почему цифровая среда так эффективно убеждает нас, что мы недостаточно хороши — и что с этим можно сделать.

О чём эта книга

Эта книга — про то, как мозг обманывает нас в цифровую эпоху. Но не в смысле «мозг сломан». Мозг работает правильно — просто в среде, для которой он не создан.

Наш мозг формировался в маленьких группах, где информация была ограничена, а сравнение — с двадцатью соплеменниками. Он умел оценивать реальность по тому, что видел рядом. И это было адаптивно: если рядом все голодны — ты голоден; если рядом все сыты — ты сыт.

Цифровая среда взорвала эту логику. Теперь «рядом» — это весь мир. Теперь мы сравниваем себя не с двадцатью соплеменниками, а с глобальной выборкой — с людьми, чьи стартовые условия могут отличаться от наших, чьи витрины отредактированы и отобраны, чьи успехи подаются нам в концентрированном виде.

И мозг, созданный для маленькой группы, перегружен. Он делает то, что умеет: оценивает реальность по тому, что видит. Но то, что он видит, — это не реальность. Это витрина.

Восемь механизмов

В книге мы разберём восемь механизмов, которые работают вместе — и создают то самое ощущение «я недостаточно хорош».

Ошибка выжившего — мы видим только тех, кто «долетел», и не видим тех, кто упал. Лента — это список победителей. Проигравшие молчат.

Социальное сравнение — мы сравниваем свою изнанку с чужой витриной. Мы знаем свои сомнения — но не знаем чужих. И делаем вывод: «У них — реальность, у меня — декорация».

Иллюзия прозрачности — нам кажется, что мы «видим насквозь» других, а они — нас. Но мы видим только контент, а достраиваем остальное сами.

Эффект доступности — яркое кажется частым. Пять постов о путешествиях создают ощущение, что «все путешествуют». Хотя это пять из сотни.

Синдром самозванца — мы обесцениваем свои достижения и объясняем успех случайностью. А цифровой след других кажется нам доказательством их подлинности.

Эхо-камеры и пузыри фильтров — алгоритмы сужают мир до одного типа контента. И в этом суженном мире «успех» становится нормой, а мы — отклонением.

FOMO — страх упущенной выгоды держит нас в трево-

ге. Мы проверяем телефон, потому что боимся пропустить «что-то важное». Хотя в большинстве случаев там нет ничего важного.

Иллюзия контроля — мы верим в «универсальные рецепты» успеха. Но книги по успеху — это тоже ошибка выжившего: мы читаем биографии победителей и не читаем биографии проигравших.

Как устроена книга

Каждая глава — это история одного человека. Марк, топ-менеджер, который чувствует, что «опаздывает». Аня, блогерша, которая страдает от сравнения с более успешными коллегами. Сергей, программист, который уверен, что «видит насквозь» инфлюенсеров. Лена, молодая мама, которой кажется, что «все путешествуют, а она сидит дома». Дима, аналитик, который получил повышение и уверен, что «просто повезло». Кирилл, предприниматель, который после подписки на мотивационные каналы начал чувствовать себя хуже. Настя, студентка, которая не может отложить телефон. Олег, предприниматель, который прочитал пятьдесят книг по успеху и разочаровался.

Через их истории мы разбираем механизм. А потом — упражнение. Не «теорию», а практику, которую можно применить сегодня.

В конце книги — чек-лист цифрового скептика: десять вопросов к любому посту, который вызвал зависть или тревогу.

Для кого эта книга

Для тех, кто листает ленту и чувствует, что «отстаёт». Для тех, кто знает, что «в соцсетях всё не так, как кажется», — но всё равно попадается. Для тех, кто устал от ощущения «я недостаточно хорош» — и хочет понять, откуда оно берётся.

Эта книга — не «руководство к идеальной жизни». Это инструмент. Он не сделает так, что вы перестанете завидовать или тревожиться. Но он поможет замечать механизмы — и делать паузу между уколом и реакцией. А в этой паузе — свобода.

Обещание и предупреждение

Я обещаю: эта книга не будет говорить «просто перестань сравнивать» или «просто отключи телефон». Это бесполезные советы — потому что механизмы встроены, и их нельзя «выключить».

Я обещаю: эта книга будет говорить честно. Я не «избавилась» от ошибки выжившего. Я не «победила» синдром самозванца. Я психолог, которая тоже попадается. И эта книга — не «история успеха», а история наблюдения.

Я предупреждаю: эта книга не даст гарантий. Она не сделает так, что вы «станете счастливым». Она поможет видеть яснее. А что вы будете делать с этим видением — решать вам.

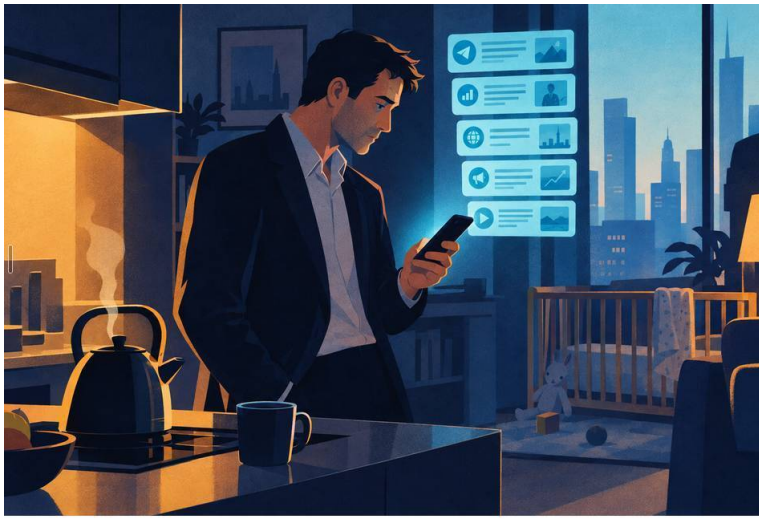
Начнём

В первой главе мы познакомимся с Марком — топ-менеджером, который каждое утро открывает Telegram и чувствует, что «опаздывает». И разберём первый механизм — ошибку выжившего. Ту самую, которую Абрахам Вальд описал в 1943 году, изучая пробоины на бомбардировщиках. Ту самую, которая в цифровую эпоху превращает ленту в список победителей.

Глава 1. Ошибка выжившего: мы видим только тех, кто долетел

История Марка

Марку тридцать пять. Он работает топ-менеджером в крупной компании, у него стабильная зарплата, квартира в ипотеку и два года назад родилась дочь. По всем внешним меркам — история успеха. Но каждое утро, пока закипает чайник, Марк открывает Telegram и листает каналы. И каждое утро у него возникает одно и то же чувство: он опаздывает.



— Понимаешь, — говорит он мне на первой встрече, — я смотрю на этих ребят. Вот парень моего возраста, у него уже два бизнеса, и он в Дубае. Вот девушка — она в двадцать восемь запустила стартап и привлекла инвестиции. Вот мой бывший однокурсник — он вообще ушёл из найма три года назад и теперь «живёт на Бали». А я? Я сижу в офисе с девяти до шести и делаю отчёты.

Марк пришёл ко мне не с запросом «как начать бизнес». Он пришёл с ощущением, что его жизнь — это ошибка, потому что все вокруг уже «сделали это». Я спросила его: сколько людей он знает, которые ушли из найма за последние три года? Он задумался. Потом сказал: «Ну, человек пять

точно». А сколько людей он знает, которые ушли из найма и вернулись обратно, потому что не получилось? Марк замолчал.

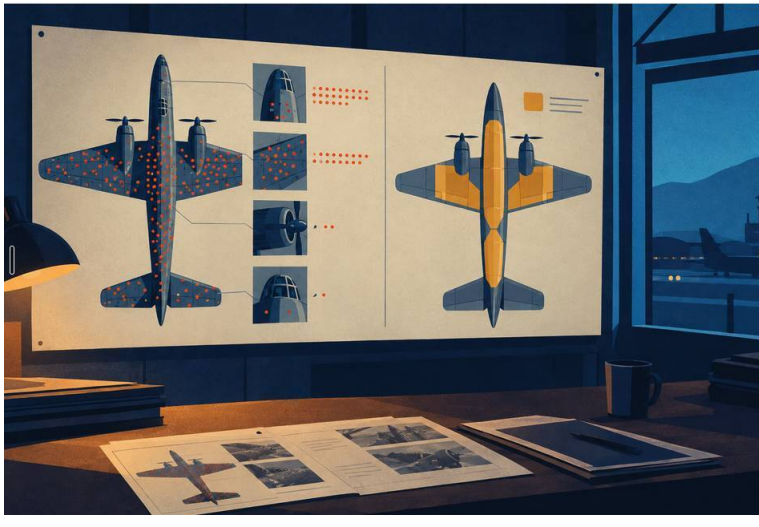
— Я об этом не думал, — сказал он наконец. — Я вообще не знаю таких.

Вот именно. И это — не его личная слепота. Это устройство нашего внимания и устройство цифровой среды, в которой мы живём. Марк видит только тех, кто долетел. Тех, кто упал, он не видит — потому что они не пишут об этом в Telegram.

Самолёт, который вернулся с пробоинами

В 1943 году американский статистик Абрахам Вальд работал над задачей, от которой зависели жизни лётчиков. ВВС армии США хотели понять, где нужно усилить броню на бомбардировщиках. Они собрали данные по самолётам, вернувшимся с боевых заданий, и нанесли на схему все пробоины от зенитного огня и истребителей противника.

Картина получилась наглядной: больше всего пробоин было на фюзеляже и на крыльях. Меньше всего — на двигателях и кабине пилота. Военные сделали логичный вывод: нужно усилить броню там, где больше всего попаданий — то есть на фюзеляже и крыльях.



Вальд сказал: нет. Всё наоборот.

Его рассуждение было простым и убийственно точным. Мы видим только те самолёты, которые вернулись. Если самолёт получил пробоину в двигатель или в кабину пилота, он не вернулся — он упал. Значит, именно эти места — двигатели и кабина — самые уязвимые. Их нужно бронировать в первую очередь. А пробоины на фюзеляже и крыльях — это, наоборот, места, которые самолёт способен выдержать, раз уж он с ними долетел.

Это и есть ошибка выжившего — когнитивное искажение, при котором мы делаем выводы на основе данных, ко-

торые «выжили» и стали доступны нашему наблюдению, и полностью игнорируем данные, которые «погибли» и остались невидимыми.

Вальд сформулировал это в докладе, который позже стал классикой. Но прошло ещё несколько десятилетий, прежде чем психологи и экономисты осознали: этот механизм работает не только в военной статистике. Он пронизывает всё наше мышление. И особенно ярко — в цифровой среде.

Почему лента — это список победителей

Давай проведём мысленный эксперимент. Представь, что ты — среднестатистический пользователь Telegram или Instagram. Ты подписан на сто каналов и аккаунтов. Среди них есть люди, которые:

запустили бизнес и рассказывают об успехах;

похудели на двадцать килограммов и выкладывают фото «до и после»;

написали книгу и делятся отзывами читателей;

переехали в другую страну и показывают виды из окна;

получили повышение и пишут об этом пост с хештегом #карьера.

Теперь вопрос: кто из тех, на кого ты подписан, не попал в ленту с постом «у меня не получилось»? Кто-то, кто открыл бизнес и прогорел через полгода, — он написал об этом? Кто-то, кто сел на диету и сорвался через неделю, — он выложил фото с откатом? Кто-то, кто написал книгу и получил три продажи, — он об этом рассказал?

Почти наверняка — нет. Потому что цифровая среда устроена так, что успех виден, а провал — нет. У провала

нет лайков. У провала нет репостов. Алгоритм не продвигает пост «я попробовал и у меня не вышло». И даже если человек честно об этом напишет — это увидят его двадцать подписчиков, а не двадцать тысяч.

Мы смотрим в ленту и делаем вывод: «Все вокруг добиваются успеха. Значит, со мной что-то не так». Но это вывод, построенный на выборке, из которой систематически удалены все проигравшие. Мы смотрим на фюзеляж и говорим: «Вот сюда попали, значит, здесь опасно». А двигатели — молчат. Потому что самолёты с пробоинами в них не вернулись.

Три уровня ошибки выжившего в цифровую эпоху

Психолог Дэниел Канеман и его коллеги описали ошибку выжившего как частный случай более общего механизма — предвзятости выживания (survivorship bias). Но в цифровой среде эта предвзятость приобретает три специфических уровня, которые важно различать.

Первый уровень: мы не видим неудач. Это классика Вальда. Человек, который пробовал стать блогером и бросил через месяц, не ведёт канал. Человек, который открыл бизнес и закрыл его, не пишет об этом. Человек, который получил повышение и не справился, молчит. Мы видим только тех, кто дошёл до конца и решил рассказать. Это создаёт иллюзию, что «так получается у всех».

Второй уровень: мы не видим пути. Даже когда мы видим успешного человека, мы видим результат, а не процесс. Мы видим пост «я запустил стартап и привлёк инвестиции», но не видим двух лет, когда он жил на сбережениях, получал отказы от инвесторов и думал, что всё провалилось. Лента показывает финальный кадр, а не фильм. И у нас создаётся впечатление, что успех — это одномоментный акт, а не длинная цепь попыток, ошибок и провалов.

Третий уровень: мы не видим альтернативных издержек.

Когда мы смотрим на человека, который «ушёл из найма и живёт на Бали», мы не видим, что он отказался от стабильности, возможно, от отношений, от привычного круга общения. Мы видим только то, что он приобрёл, но не видим того, что он потерял. И это делает его выбор в наших глазах «чистым выигрышем» — без цены.

Все три уровня работают одновременно. И в сумме они создают то, что Марк сформулировал так: «Я опаздываю». Ощущение, что ты единственный, кто ещё не «долетел», — хотя на самом деле ты просто смотришь на тех, кто долетел, и не видишь тех, кто нет.

А если это не только про соцсети?

Ошибка выжившего в цифровую эпоху — это не только про ленту. Это про то, как мы читаем книги по саморазвитию, слушаем подкасты об успехе и смотрим интервью с предпринимателями.

Когда ты читаешь биографию успешного человека, ты читаешь историю выжившего. Ты не читаешь биографию человека, который делал то же самое, но проиграл. А таких — большинство. Но их биографий нет на полках, потому что издательства не публикуют истории провала так же охотно, как истории успеха.

Именно поэтому, когда Марк сказал мне: «Я прочитал сорок книг об успехе, и ни одна мне не помогла», — я не удивилась. Он читал книги о том, как долететь, но не читал книг о том, как падают. А без этого знания любая стратегия успеха кажется гарантированной — хотя на самом деле она вероятностная.



Что с этим делать: упражнение

Мы не можем «отключить» ошибку выжившего — это встроенный механизм внимания. Но мы можем компенсировать её, сознательно добавляя в картину мира то, что из неё выпадает.

Упражнение 1. «Аудит молчащих»

Цель: научиться замечать невидимую часть выборки.

1. Выбери одну сферу, в которой ты чувствуешь, что «отстаёшь»: карьера, отношения, финансы, спорт, творчество.

2. Выпиши пять человек (или пять аккаунтов), на которых ты смотришь и чувствуешь укол сравнения.

3. Для каждого задай три вопроса:

Что я не вижу в его жизни? (какие провалы, паузы, отказы остались за кадром?)

Что этот человек потерял или от чего отказался, чтобы получить то, что я вижу?

Сколько людей делали то же самое и не добились результата? (вспомни хотя бы одного такого человека — или признай, что ты о нём не знаешь)

4. Запиши вывод: что изменилось в твоём ощущении «отставания» после этого разбора?

Упражнение занимает 15–20 минут. Его эффект — не в

том, чтобы «перестать сравнивать» (это невозможно), а в том, чтобы вернуть в поле зрения то, что из него выпало. Мозг, который видит только фюзеляж, начинает думать, что опасность там. Мозг, который вспомнил про двигатели, начинает видеть картину целиком.

Возвращаясь к Марку

Через три недели после нашей первой встречи Марк написал мне: «Я сделал это упражнение. И знаешь, что я понял? Я не знаю ни одного человека, который ушёл из найма и прогорел. Вообще ни одного. Я даже не знаю, как они выглядят — эти люди, у которых не получилось. Я знаю только тех, у кого получилось. И я сравниваю себя с ними».

Это был первый шаг. Не к тому, чтобы «начать бизнес» — а к тому, чтобы увидеть: его ощущение «я опаздываю» построено на данных, из которых удалена половина картины. А значит, это ощущение — не факт о его жизни. Это оптическая иллюзия, созданная цифровой средой.

В следующей главе мы разберём, как работает второй механизм — социальное сравнение. И познакомимся с Аней, блогершей с сорока тысячами подписчиков, которая — вот ирония — сама страдает от того же, от чего страдают её подписчики: от сравнения с теми, кто «успешнее».

Глава 2. Социальное сравнение: почему чужая витрина кажется эталоном

История Ани

Аня — блогерша. У неё сорок тысяч подписчиков в Instagram, она публикует посты о путешествиях, стиле жизни и «осознанном потреблении». Её лента выглядит как глянцевый журнал: кофе с видом на море, идеально заправленная кровать, книги на подоконнике, фото с горных вершин. Подписчики пишут ей: «Ты моя мотивация», «Хочу такую же жизнь», «Как ты всё успеваешь?».

Аня пришла ко мне с паническими атаками.

— Я не могу открыть свой собственный профиль, — сказала она на первой встрече. — Я захожу и вижу, что у меня всё плохо. Хотя это мой профиль. Я сама его сделала.

Мы начали разбираться. Оказалось, Аня подписана на несколько блогеров, у которых — по её ощущению — «всё лучше». У одной — сто тысяч подписчиков и рекламные контракты с крупными брендами. У другой — дом в Италии и муж-итальянец. У третьей — книга, которую издали в крупном издательстве. Аня смотрит на них каждое утро, и каждое утро её собственные сорок тысяч подписчиков ка-

жутся ей «маленькими», её поездки — «недостаточно экзотическими», её жизнь — «недостаточно интересной».

— Но ведь это ты, — сказала я. — Ты сделала этот профиль. Ты создала эту витрину. Почему ты сама не веришь в неё?

Аня помолчала. Потом сказала:

— Потому что я знаю, что за кадром. Я знаю, что в тот день, когда я выложила фото с гор, я поругалась с парнем. Я знаю, что этот идеальный завтрак я собирала сорок минут, чтобы снять один кадр. Я знаю, что после этой поездки у меня было выгорание. А у них — у них всё по-настоящему.

Вот в этом «у них всё по-настоящему» — вся суть социального сравнения в цифровую эпоху. Аня сравнивает свою изнанку с чужой витриной. Она знает, что стоит за её собственными кадрами, — но не знает, что стоит за кадрами других. И её мозг делает вывод: «У них — реальность, у меня — декорация».

Что такое социальное сравнение

Термин ввёл в 1954 году психолог Леон Фестингер. Его теория социального сравнения звучит просто: у человека есть фундаментальная потребность оценивать себя, и когда нет объективных критериев (линейки, весов, теста), он оценивает себя, сравнивая с другими людьми.

Фестингер выделил два направления сравнения:

Восходящее — сравнение с теми, кто лучше нас. Оно может мотивировать, но может и ранить.

Нисходящее — сравнение с теми, кому хуже. Оно обычно повышает самооценку, но может вести к высокомерию и снижению эмпатии.

В доцифровую эпоху у нас был ограниченный круг сравнения: соседи, коллеги, одноклассники, родственники. Круг был небольшим и относительно однородным. Мы сравнивали себя с людьми, чьи обстоятельства были примерно похожи на наши.

Цифровая эпоха взорвала этот круг. Теперь мы сравниваем себя с глобальной выборкой — с людьми, которых мы никогда не встретим, чьи стартовые условия могут радикально отличаться от наших, чьи витрины отредактированы и отобраны. И делаем это ежедневно, часами, в автоматическом режиме.

Три ловушки цифрового сравнения

Ловушка первая: сравнение с вершиной распределения. В любой сфере есть распределение результатов: большинство — в середине, меньшинство — на вершине. Лента новостей устроена так, что на вершину мы смотрим постоянно. Мы видим лучших в мире — не лучших в нашем городе, не лучших в нашем круге, а лучших в мире. И сравниваем себя с ними. Это как если бы каждый день начинался с просмотра финала олимпиады и ощущения, что ты «недостаточно быстрый», хотя ты вообще не бегун.

Ловушка вторая: сравнение изнанки с витриной. Это то, что случилось с Аней. Мы знаем свою изнанку — сомнения, провалы, скуку, рутину. Но мы не знаем изнанку других. Мы видим только их витрину. И сравниваем полную картину своей жизни с отредактированной картинкой чужой. Это сравнение заведомо проигрышно — не потому, что мы хуже, а потому, что мы сравниваем разные типы данных.

Ловушка третья: сравнение по чужим критериям. Алгоритмы и социальные нормы подсказывают нам, по каким критериям сравнивать. Подписчики, лайки, доход, путешествия, «успешный успех». Мы начинаем оценивать себя по метрикам, которые нам не принадлежат. Аня, например, начала оценивать себя по количеству подписчиков — хотя изначально она пришла в блогинг, чтобы делиться творче-

ством. Метрика заменила цель.

Почему мозг не может остановиться

Может возникнуть вопрос: если сравнение так ранит, почему мы продолжаем это делать? Почему Аня не отпишется от тех блогеров? Почему Марк из первой главы не удалит Telegram?

Ответ — в эволюции. Социальное сравнение было адаптивным механизмом. В маленькой группе, где жил наш предок, сравнение с другими помогало понять своё место в иерархии, скорректировать поведение, избежать изгнания. Оно было полезным сигналом.

В цифровой среде этот механизм гиперстимулирован. Мы получаем сигналы о статусе и успехе других постоянно, в огромных объёмах, без пауз. Мозг, созданный для сравнения с двадцатью соплеменниками, теперь сравнивает себя с двадцатью тысячами «соплеменников» в день. И не может отключиться — потому что для него это по-прежнему вопрос выживания.

Именно поэтому простое «перестань сравнивать» не работает. Это всё равно что сказать «перестань дышать». Механизм встроен. С ним можно работать — но нельзя его выключить.

Что с этим делать: упражнение

Нам нужно не «перестать сравнивать», а сделать сравнение осознанным. Перевести его из автоматического режима в ручной.

Упражнение 2. «Дневник сравнений»

Цель: увидеть, с кем, по какому критерию и в какой момент ты сравниваешь себя.

1. В течение трёх дней фиксируй каждый случай, когда ты почувствовал укол сравнения (зависть, тревогу, ощущение «я недостаточно хорош»). Записывай:

С кем я сравнил себя? (конкретный человек или аккаунт)

По какому критерию? (доход, внешность, карьера, отношения, путешествия — что именно?)

Что я увидел? (какой конкретный пост, фото, сообщение?)

Что я почувствовал? (одно-два слова)

2. В конце каждого дня перечитай записи и задай три вопроса:

Это сравнение восходящее (с тем, кто лучше) или нисходящее (с тем, кому хуже)?

Сравниваю ли я свою изнанку с чужой витриной? Что я знаю о том, что стоит за кадром у этого человека?

Этот критерий — мой или навязанный? Я действительно хочу быть лучшим в этом — или мне просто показали, что это «надо»?

3. На четвёртый день выпиши один критерий, по которо-

му ты сравниваешь себя чаще всего. И задай вопрос: «Если бы никто никогда не увидел мой результат в этом — я бы всё равно этого хотел?»

Упражнение занимает 15 минут в день. Его эффект — не в том, чтобы «перестать завидовать» (зависть — нормальная эмоция), а в том, чтобы вернуть себе авторство критериев. Понять, по каким метрикам ты себя оцениваешь — и решить, твои ли это метрики.

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.