

СВЕТЛАНА ФЁДОРОВА

ДЕНЬГИ? ДЕНЬГИ!

ДЕНЬГИ

Психолог

СВЕТЛАНА ФЁДОРОВА

- 13 лет в практической психологии.
- 1500 часов практики тренингов, персональных консультаций, коучинга и медитаций.
- Образование: БашГУ - **биофак**; БашГУ - **психфак**; Международный Эриксоновский Университет, Международный Сократовский университет управления, коучинга и психологии - коучинг.
- Курсы повышения квалификации по ИНП и кризисной психологии.





**ВАШ ЗАПРОС
НА ВЕБИНАР?**



УПРАЖНЕНИЕ: ЧТО ЕСТЬ ДЕНЬГИ ДЛЯ ВАС?



- Закрываем глаза.
- Сосредоточьтесь на своих ощущениях.
- Представьте в ваших руках желаемую сумму.
- **Что такое деньги на ощущениях?**

ПСИХОЛОГИЯ ДЕНЕГ



- Направление психологии, изучающее **отношение человека к деньгам** и к другим людям в связи с денежными отношениями, а также **влияние денежных факторов** на поведение человека, в частности **на принятие решений**.
- !Есть теория, что наш мозг до сих пор не приспособился к деньгам и не отразил в своих отделах такое явление, как деньги.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ДЕНЕГ

ДЕНЕЖНАЯ ИЛЛЮЗИЯ



Денежная иллюзия – тенденция человека воспринимать номинальное, а не реальное количество денег, то есть не делать поправку на инфляцию.

(E. Shafir et al., 1997; Fehr and Tyran, 2001)

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ДЕНЕГ

ДЕНЕЖНЫЙ КОНСЕРВАТИЗМ



Денежный консерватизм – сопротивление любым денежным реформам, даже если они полезны.

Примером может служить сопротивление введению монеты в один доллар в США.

(Caskey and St Laurent, 1994)

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ДЕНЕГ

ДЕНЕЖНОЕ ТАБУ



Денежное табу – культурные ограничения на денежный обмен, даже если такой обмен желателен с экономической точки зрения.

Например, в некоторых культурах не принято платить за секс и дарить родителям и дедушкам и бабушкам деньги.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ ДЕНЕГ

ЭФФЕКТ ЗАМАЛЧИВАНИЯ



О деньгах не принято говорить.

Несомненной трудностью, связанной с изучением индивидуальных особенностей отношения к деньгам, является «закрытость» данной темы. Место денег и внимание к ним людей в отечественной психологии часто недооценивается, денежная тематика упускается, замалчивается, считается профанной и неприличной для обсуждения, вытесняется. Как говорят англичане «Любой разговор – это разговор о деньгах», но эта тема идет подтекстом.

О деньгах в некоторых культурах **не принято разговаривать**. Как отмечают российские исследователи, «крайне деликатными для того, чтобы их можно было обсуждать с интервьюером, участники опроса считают **такие темы, как ... размер и источник доходов (67,7 %), денежные накопления (73,2 %), супружескую измену (77,6 %) и сексуальные отношения (78,5 %)**» (Мягков, А. Ю. 2002).

На это обращает внимание и А. Б. Фенько: "Подтверждением аффективной заряженности темы денег для респондентов стало и недоверчивое отношение многих из них к самой процедуре опроса. Так, в одной из групп, где респондентами выступали школьные учителя, 58 % отказались заполнить анкету, сочтя вопросы «неприличными» (Фенько А. Б., 2004)



КАКИЕ ЭФФЕКТЫ ВЫ НАШЛИ У СЕБЯ?
ЕСТЬ ЛИ ЭТИМ ЭФФЕКТАМ РАЦИОНАЛЬНОЕ
ОБЪЯСНЕНИЕ ИЛИ ВЫ ДЕЛАЕТЕ ТАК, ПРОСТО
«ПОТОМУ ЧТО ПОТОМУ»?

ЭФФЕКТ ДЕНЕЖНОГО НАПРЯЖЕНИЯ

– эмоциональная насыщенность отношений людей к деньгам и отношений между людьми по поводу денег.

Денег сопровождают любовью и ненавистью, завистью и жертвенностью, люди испытывают разные, но, как правило, сильные чувства, что характеризует эту сферу как эмоционально зараженную, контрастную или амбивалентную в отношениях к деньгам.

Обратной стороной данного эффекта является **феномен приписывания эмоционально значимым явлениям повышенной денежной стоимости**. Наглядный пример можно обнаружить в статье Макса Зингера «Жизнеспособность мифических чисел» (2005), в которой автор показывает, что реальный ущерб от имущественных преступлений наркоманов в Нью-Йорке переоценивается примерно в 10 раз, но при этом «мифическое» число устойчиво в сознании людей и постоянно используется в официальных источниках. Этот феномен можно объяснить тем, что происходит компенсация эмоционального напряжения благодаря завышенной – в денежном выражении – стоимости явления или его последствий.



ЭФФЕКТ ИЛЛЮЗИИ МАТЕРИАЛЬНОСТИ ДЕНЕГ

Традиционно деньги относят к сфере материального, потребность в деньгах считают материальной потребностью и ценность денег – материальной ценностью.

В своих работах М. Ю. Семенов (2005, 2010) развивает идею о том, что деньги не относятся исключительно к материальному, а, являясь социально-конвенциональным средством, могут быть использованы для удовлетворения большинства потребностей, в том числе и социальных, и духовных. Однако смещение положения денег в социальных представлениях ученых в сторону материального М. Ю. Семенов объясняет тем, что типичные материальные потребности легко удовлетворяются за деньги, а потребности социальные или самоактуализационные для удовлетворения, кроме обезличенных денег, предполагают использование личностных ресурсов.



ЭФФЕКТ ДЕНЕЖНОЙ ПРОФАНАЦИИ



Использование денег в качестве оплаты труда и прочих видах взаимодействия людей показывает количественную оценку этих действий, что превращает взаимодействие людей из сакрального, необычного в профанное, ординарное.

Такая трансформация переживается как опошление и оценивается людьми негативно. Поэтому, например, в русской культуре родственники предпочитают оказывать друг другу услуги бесплатно или бартером.

ЭФФЕКТ РАЗНЫХ ДЕНЕГ

Хотя люди используют одно слово «деньги», значения могут быть различные, как различны и сами деньги: деньги вообще (как функция), наличные и безналичные, монеты и купюры, рубли и доллары, деньги на депозите или на кредитной карте.

Разные деньги – разные отношения, разные люди – различное отношение к одному и тому же виду денег.

В психосемантическом исследовании с использованием частного семантического дифференциала, проведенном А. А. Капустиным в Ярославле (1999), зафиксировано множественное отношение к различным монетарным формам (рубли, доллары) и монетарным понятиям (деньги и идеальные деньги). Так, **реальные деньги характеризуются как злые, безнравственные, невидимые, а идеальные деньги – как чистые, надежные, добрые, легкие, нравственные, щедрые, уважаемые.** Поэтому в исследованиях обычно указывается, о каком виде денег идет речь, и при сравнении исследований необходимо обращать внимание на этот момент.



ЭФФЕКТ РАЗМЕРА ДЕНЕГ

Изменение суммы денежных средств предполагает и изменение правил обращения с ними.

Мелочь не поднимают (см. исследования А.Фернема в 1984 – 1985 гг., Семенова М. Ю. в 2009 и 2010 гг.), **а крупные суммы стараются скрывать.**

Очевидно, что на континууме величины денежных средств существуют определенные пороги, после которых происходит изменение отношения к деньгам. Например, известный в США «порог ста долларов».



ЭФФЕКТ ОДАЛЖИВАНИЯ

Обычно морально осуждается заимствование денег и морально одобряется одалживание, причем в виде безвозмездной финансовой помощи.



Социальные нормы и стереотипы финансового поведения граждан в России не дают однозначного ответа на вопрос: одалживать деньги или нет. Одалживание и кредиты являются в начале 2000-х постоянно обсуждаемой темой: сначала как источник развития потребительского спроса и новая для россиян сфера денежных отношений, а затем — как источник стресса и новых форм поведения при возникновении финансовой задолженности.

ЭФФЕКТ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ



Денежное поведение, его формы и его мотивация существенно различаются на макро-, мезо- и микроуровне.

Экономика и социология активно исследуют эту тему, но в основном на макроуровне, на уровне социальных общностей. **Индивидуальное экономическое поведение оказалось существенно отлично от поведения групп и организаций** (см., например, Паркинсон С. Н. «Законы Паркинсона»), исследования в этой области активно проводятся как в рамках поведенческой экономики, так и в рамках экономической психологии.

ЭФФЕКТ ДЕНЕЖНОЙ АРИФМЕТИКИ



Формально логические математические операции (сложение, вычитание, деление и т. д.) с абстрактными числами и с деньгами имеют отличные правила и нормы.

Такие операции с деньгами М. Ю. Семенов предложил называть «денежной арифметикой».

ЭФФЕКТ ПРЕИМУЩЕСТВЕННОЙ ЦЕННОСТИ ДЕНЕГ

Деньги более ценны, чем товары аналогичной стоимости.

Деньги – очень пластичная вещь: они **легко превращаются в другие вещи или услуги** благодаря распространенности операции купли-продажи. То есть деньги крепко связаны с торговлей и обслуживают социальный обмен.

В отличие от большинства вещей деньги – высоко ликвидный товар, поэтому деньги крайне редко бывают ничейными, за исключением мелочи. Переход денег в обмен на вещи проще, чем вещей – в деньги, поэтому государство, участвуя в операциях «деньги-товар», как правило, защищает сторону тех, у кого деньги. Закон РФ «О защите прав потребителей» создан для защиты держателей денег – потребителей. Большинство вещей требует больше ресурсов (временных, интеллектуальных, материальных, физических, социальных и пр.) для того, чтобы превратиться в деньги или другие вещи, а вот обратная операция осуществляется гораздо проще.



ПОЧЕМУ БОГАТЫМ ВСЁ РАВНО?

Статья, опубликованная в журнале Science (Burgoyne and Lea, 2006), утверждает, что исследования психологии денег важны по двум причинам:



Первая причина состоит в том, что **деньги – одна из важнейших ценностей для человека, живущего в условиях современной экономики.** Таким образом, следует изучать их влияние на все сферы человеческой деятельности.

Вторая причина в том, что **реакция человека на финансовые факторы оказывает существенное влияние на его жизнь.** Например, Vohs et al. показали, что одна лишь мысль о деньгах переводит мозг в состояние, в котором человек становится индивидуалистом. Также показано, что чем больше человек ценит финансовый успех, тем меньшее значение для него имеет положение дел в обществе (Grouzet et al., 2005). Психологическое тестирование показывает, что **люди с высоким индексом ориентации на материальные ценности менее счастливы** (Burroughs and Rindfleisch, 2002). Таким образом, исследование психологии денег может в конечном итоге помочь сделать людей счастливее.

УПРАЖНЕНИЕ: ЧТО ТАКОЕ ДЕНЬГИ? (ч. 2)



- Пишем 16 ассоциаций на деньги
- 16 превращаем в 8
- 8 в 4
- 4 в 2
- 2 в 1
- **Анализ последнего слова**

САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ УСТАНОВКИ ПРО ДЕНЬГИ:

* Установка – сплав жизненного опыта, влияющий на мышление и поведение, линза, через которую мы смотрим на мир. У каждого из нас есть установки на все важные темы. Зачастую, эти установки не очевидны даже его носителю.



1. Деньги портят.
2. Деньги несут опасность.
3. С деньгами я потеряю близких.
4. Быть богатым стыдно, а бедным благородно.
5. Большие деньги не заработать, а можно только украсть.

«ДЫРЫ» В СОЗНАНИИ ПРО ДЕНЬГИ, СОЗДАННЫЕ ТРЕНИНГАМИ:



- Деньги наделены магией, силой, особой энергией. Почему это «дыра»?
- Духовность и деньги не сочетаются друг с другом. Либо то, либо другое. В христианской стране предпочтительна духовность. Почему это «дыра»?
- Деньги можно притянуть особыми ритуалами.

КАК ВЕДЕТ СЕБЯ ЧЕЛОВЕК, ПОСТОЯННО ДУМАЮЩИЙ О ДЕНЬГАХ



Таким вовсе не праздным вопросом – ведь забота обогащения лежит на каждом из нас – задались психологи Кэтлин Вос, Цзя Лю и Дирк Смейстерс, которые представляли, соответственно, Карлсоновскую школу менеджмента Университета Миннесоты, Гронингенский университет и Роттердамскую школу менеджмента. Они решили проверить силу поведенческого подражания в ситуации, когда человек помнит о деньгах, сообщает scienceblog.ru.

Известно, что человек, который нам чем-то напоминает нас самих, в частности, жестами, позой, манерой поведения, зачастую вызывает большую симпатию. С другой стороны, человек, у которого есть деньги, склонен держать себя более независимо и безразлично по отношению к окружающим. Чтобы выяснить, что победит: поведение или деньги, исследователи вначале предложили 72-м добровольцам пройти тест на компьютерах. **Одной половине участников на мониторе показывали деньги, а другой – ракушки.** Во второй части эксперимента, **участники общались с собеседником, который «зеркалил» их позы и жесты.** После этого они должны были сказать, понравился он им или нет. Выяснилось, что **те студенты, которым предварительно напомнили о деньгах, вели себя более настороженно и чаще отвечали, что собеседник им не понравился.**

САМЫЙ ПРОСТОЙ ТЕСТ НА БОГАТСТВО:



➤ Есть ли у меня что-то, что хотят другие люди?
Умею ли я создавать что-то, что нужно другим?

➤ Обмениваю ли я то, что нужно другим людям, на то, что нужно мне, и при этом остаюсь в выигрыше?

Если вы оба раза ответили «ДА», ваши шансы на богатство высоки.

➤ Зачитать ли вам простой алгоритм «как стать богатым за 10 шагов»?



ВАШИ ВОПРОСЫ