

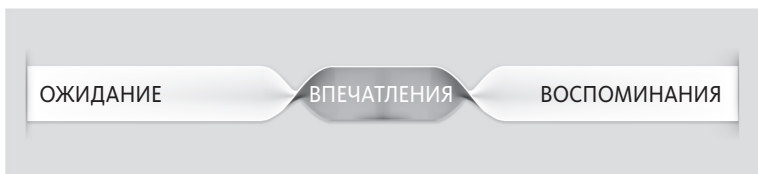
ГЛАВА 13

ПОСТАВЬТЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ НА ПЕРВОЕ МЕСТО

Вспомните свои самые яркие впечатления от отдыха, поездок, событий и мероприятий. Размышляя об этих моментах, нетрудно заметить, сколько радости даже много лет спустя может дать воспоминание о времени, проведенном с дорогими нам людьми. Лучшие из пережитых нами впечатлений сохраняются в воспоминаниях, способных улучшать нашу повседневность долгие годы.

Едва ли не лучшее использование финансовых ресурсов — на значимые переживания совместно с другими людьми. Возможно, это главное открытие в сфере эффективного расходования средств. Представьте себе, что происходит до, во время и после путешествия с дорогими вам людьми. Если вы планируете поездку заранее, вас ждет несколько волнующих месяцев предвкушения. Потом вы наконец отправляетесь в путь вместе с друзьями или родственниками, а по возвращении еще много лет с удовольствием вспоминаете пережитое.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)



Сравните эту радость с дешевым удовольствием от покупки новой рубашки или даже автомобиля. Сразу после приобретения вы можете почувствовать острое удовлетворение, но уже в ближайшее утро понедельника, сидя в пробке, вы ощутите, как радость сходит на нет. Даже краткое общение, например обед в ресторане с супругой, посещение концерта или сопровождение детей на спортивное мероприятие, станет намного более эффективным вложением средств.

Правда, есть и важное исключение — это затраты на материальные блага, помогающие вам учиться и расти: книги, видеоматериалы, спорттовары и музыкальные инструменты. Проведенное в 2014 году исследование показало, что продукция, ориентированная на впечатления, *тоже* повышает наш уровень счастья.

По данным, полученным Райаном Хоуэллом, ведущим исследователем привычек по расходованию денег из Университета Сан-Франциско, люди недооценивают растянутый во времени эффект от затрат на впечатления. «Мы обнаружили, что ожидания от таких затрат далеко не соответствуют реальности, — говорит он. — Люди полагают, что впечатления дадут им лишь кратковременное чувство счастья, в то время как реальное счастье оказывается и ярче, и дольше».

В рамках исследований Хоуэлла люди верно прогнозировали изменение своего уровня счастья через две недели после

приобретения чего-то материального. Однако две недели спустя после «покупки впечатлений» их оценка качества вложений средств оказалась на 106% выше, чем они ожидали. «Со временем, — поясняет Хоуэлл, — материальные приобретения изнашиваются, а позитивный жизненный опыт не тускнеет никогда».

Даже ожидание в очереди становится более приятным, если вы стоите за ярким впечатлением, например билетами на спортивные соревнования или концерт. Приобретение впечатлений не только радует дольше, чем материальные блага, — оно способно доставлять удовольствие множеству людей одновременно. Каждый доллар, потраченный на совместные впечатления с другим человеком, умножает вашу радость от жизни.

И все же большинство людей, особенно в США, тратят на материальные блага намного больше, чем на впечатления. Целых 50% всех ежегодных затрат в средней американской семье приходится на машины и жилье. В процентном отношении у жителей США просто не остается достаточно средств для более эффективных инвестиций, например в еду, развлечения, поездки и другие виды отдыха. В других развитых странах на жилье и транспорт тратят лишь 30–40% средств, оставляя в два-три раза больше денег на приобретение впечатлений.

Стоит, однако, учесть, что никакие впечатления не работают, если вы вкладываетесь в них, просто чтобы пустить кому-то пыль в глаза. Хоуэлл отмечает: «Для вашей покупки “зачем” столь же важно, как и “что”... Люди, приобретающие впечатления, чтобы произвести впечатление, не получают от этих инвестиций ожидаемого счастья».

Исследования Хоуэлла показывают: впечатления делают людей счастливее за счет удовлетворения базовой психологической потребности в индивидуальном росте, например потребности ощущать себя компетентным, самостоятельным и связанным с другими людьми. Хоуэлл опросил 241 человека и выяснил, что их *мотивация* к приобретению впечатлений зависела от того, насколько этот опыт удовлетворял их психологические потребности. В результате максимальное удовлетворение получали те, кто предпочитал приобретение впечатлений, соответствующих их личным желаниям, интересам и ценностям.

ПОКУПАЙТЕ СЧАСТЬЕ (ДЛЯ ДРУГИХ)

Майкл Нортон, профессор Гарвардской школы бизнеса, провел большую часть своей профессиональной жизни, исследуя связь между финансами человека и его общим уровнем самооощущения. Он обнаружил, что простое накопление средств не главное: «Нет ничего плохого в том, чтобы увеличивать капитал, — плохо то, что люди концентрируются на том, что не дает существенной отдачи».

Намного важнее то, *как люди расходуют* накопленные деньги. Одна из самых распространенных ловушек, изученных Нортонем, такова, что люди думают, будто смогут стать счастливее, просто много тратя на себя. Доходит до того, что люди живут в огромном доме и ездят на дорогой машине, при этом не имея друзей и пребывая в клинической депрессии.

К счастью, исследования Нортоня также указывают верный способ тратить деньги. Вот вам пример. Если вы

выйдете из дома и купите себе чашку кофе, это мало отразится на вашем самоощущении. Но если вы купите чашку кофе кому-то другому, это улучшит ваше самочувствие и одновременно сделает счастливее другого человека. После таких исследований Нортон пришел к выводу, что, тратясь на себя, люди упускают из виду гигантские возможности для обретения счастья. Если вы хотите одновременно скопить денег и повысить уровень счастья, задумайтесь, как потратиться на окружающих.

Планируя приобрести нечто материальное, спросите себя: может ли эта покупка принести пользу другому человеку или вашим отношениям с ним? Если вы отыщете связь между расходами и улучшением жизни близких, ваши инвестиции точно окупятся. С другой стороны, если ожидаемая покупка даст вам острое ощущение удовлетворения, но не выльется в долгосрочную радость для вас или других людей, возможно, в нее не стоит вкладываться. Чем меньше вы будете ценить материальные приобретения и меньше концентрироваться на них, тем крепче будут ваши отношения с людьми.

ПЛАНИРУЙТЕ СЧАСТЬЕ НАПЕРЕД

Собираясь организовать мероприятие, заранее подумайте, как оно повысит уровень счастья ваших близких. В 2006 году, планируя собственный медовый месяц, я наткнулся на ранние исследования «ожидаемой пользы» от впечатлений. Ученые измерили и классифицировали степень воздействия на наше самоощущение таких факторов, как ожидание события, само событие и воспоминания о нем.

Оказалось, что ожидание дает больше счастья, чем само событие. Даже воспоминания о нем более эффективны в долгосрочной перспективе. Поначалу это меня удивило; но ведь действительно, если вдуматься, память о недавней поездке несет в себе больше счастья, чем конкретное переживание сбора вещей, прохождения таможенного досмотра, долгого сидения в автомобиле и так далее.

Изучив эти исследования, я осознал, что мое решение сделать планы на медовый месяц сюрпризом для невесты было неверным. Я передумал и рассказал ей подробно, что мы будем делать и куда поедем. Результаты не заставили себя ждать. Через пару дней моя будущая жена уже искала информацию о маршруте в интернете и обсуждала его с подругой.

В следующий раз, планируя событие, которое подарит впечатления другим, поделитесь с ними максимумом деталей. Если вы собираетесь сделать вылазку на уик-энд в близлежащий лесопарк, заранее сообщите об этом друзьям или детям. Прodelывая это со своими детьми, я каждый раз видел, как нетерпеливое ожидание усиливает их впечатления от события.

Старайтесь планировать путешествия и мероприятия на несколько месяцев вперед. Крупное исследование на эту тему показало: предвкушение отдыха может улучшать ощущение от жизни в течение недель и даже месяцев. Даже если переживания оказываются не совсем такими, как вы надеялись или планировали, потом вы будете вспоминать о них с удовольствием. В отличие от материальных благ, к которым мы со временем привыкаем и о которых забываем,

воспоминания, особенно общие, со временем окрашиваются в розовые тона. Так что даже если на пляже пойдет дождь, а в парке развлечений будет слишком много народу, не отчаивайтесь. Когда-нибудь воспоминание об этом дне станет милым символом единства вашей семьи.