

Богатство выбора: обратная сторона

Статья опубликована в журнале Вестник НЛП №1.

Авторы: Александр Викторович Герасимов

Темы, затрагиваемые в статье: НЛП в бизнесе

Приходит новый русский накануне Нового года в универмаг и говорит продавщице:

- Заберите обратно ваши елочные шары!
- А что, - спрашивает продавщица, - вам цвет не понравился?
- Нет, цвет нормальный.
- Может, рисунок не тот?
- Нет, рисунок тот.
- А что же тогда не так? - удивляется продавщица.
- Не радуют!!!

Я предполагал, что семинар Майкла Холла о построении личного благосостояния будет интересным и необычным, но тот эффект, который он оказал на всех участников, выглядел гораздо глубже и разнообразнее моих ожиданий. Инсайты накрывали один за другим, как волны на беспокойном море. И вот в момент постижения очередного закона построения благосостояния неведомая ассоциация извлекла из глубин моей памяти старый анекдот, приведенный в качестве эпиграфа. В ту секунду в моей голове воедино сложилась картинка разрозненных ощущений, давно пытавшихся оформиться в законченную мысль. И, хотя анекдот мне показался абсолютно в тему, я не стал рассказывать его в группе, дабы сэкономить каждую минуту на семинаре и дать Майклу возможность поведать нам, как можно больше. Зато я решил, что одним из шагов в реализации моего

долгосрочного плана построения благосостояния может стать статья, которая поможет мне еще раз пересмотреть некоторые аспекты этого семинара, выразив мысль на бумаге (на экране монитора:). А также я буду особенно рад, если она окажется интересна и полезна кому-то еще.

Не знаю, для кого как, а мне этот анекдот про нового русского всегда казался каким-то загадочным. С одной стороны, никто не мог точно сказать, что в нем смешного, хотя улыбку он вызывал у всех, а с другой - после него всегда оставалось некое щемящее чувство непонятной тоски. Какой-то гениальный человек сумел передать в качестве такого ""анекдота-хайку"" то, что чувствовали многие, но не могли выразить словами. (На мой взгляд, представленный мною анекдот является блестящим индикатором глобальных перемен в психологии наших граждан, начавшихся во второй половине 80-х годов прошлого века). Для меня он когда-то стал откровением, потому что я, на самом деле, замечал, что с определенного момента празднование Нового года приносило все меньше приятного возбуждения, радости и торжества. Тогда я списывал эти ощущения на изменение моего личного восприятия окружающего мира, связанного с переходом из детского возраста в подростковый. Каково же было мое удивление, когда на одном из праздников Нового года родители поделились подобными соображениями со своими друзьями. Прислушиваясь к людям после этого случая более внимательно, я вдруг осознал, что это тенденция, однако:.

В то время я так и не нашел объяснения феномену ""неправильных елочных шаров"". Но это было до моего знакомства с НИП. Сегодня, проанализировав опыт работы с некоторыми клиентами, а также наблюдая за различными людьми, особенно в бизнес-среде, я заметил, что для многих из них этот феномен является ключевым в создании тех финансовых и эмоциональных сложностей, в которых они оказались.

В этой статье я хочу показать, что эмоциональная насыщенность нашей жизни целиком находится в нашей власти и не только не зависит от предметного мира, но и помогает создавать личное благосостояние.

Давайте начнем с Нового года и тех самых елочных украшений. Помните, когда-то не было такого изобилия игрушек, и каждый блестящий шар, снеговик или шишка переходили из года в год, неся

на себе память целых десятилетий? Многие украшения обладали своей историей, или даже легендами, например, о том, как еще папа в детстве пытался разгрызть парафиновый орех. Теперь же каждый год нам предлагают совершенно новые, модные, ни на что не похожие елочные украшения. Мало кто из современной молодежи знает, что раньше такой праздник, как Новый год, у большинства детей ассоциировался с мандаринами (такой вот визуально-кинестетический якорь). Теперь, когда мандарины лежат в магазине круглый год, честно говоря, я даже не знаю, с чем у меня связывается этот праздник: то ли со старой песней о главном, то ли с тем, что ""опять сто каналов, а смотреть было нечего"". Кстати, по поводу ""смотреть""... Помните, как каждый раз всей семьей с нетерпением ждали ""Иронию судьбы..."" или ""Чародеев"", заранее входя в состояние предвкушения радости от давно всем известных сцен и выученных наизусть фраз. И это работало: было неподдельно смешно и захватывающе, как в первый раз. Сейчас же каждый канал, мне кажется, дважды умудряется ""впихнуть"" в праздничную сетку программ эти фильмы, которые уже ничего, кроме ощущения горечи старой жвачки, не вызывают. Думаю, даже практикам НЛП понятно, что слишком частое и бездумное задействование якорей приводит к уменьшению эмоционального отклика и обесцвечиванию состояния. Также к комплексным якорям можно отнести и все семейные Новогодние традиции: начиная от покупки и украшения настоящей елки (в отличие от времен моего детства, теперь экологически более правильный, но бесчувственный кусок зеленого пушистого пластика валяется у меня на балконе, дожидаясь часа назваться елкой) и заканчивая фирменным праздничным блюдом, а также ритуалом вручения подарков. Конечно, я согласен, что наша жизнь стала интереснее и разнообразнее: появились новые возможности, и увеличился выбор. Раньше ассортимент елок, украшений, фильмов, концертных программ, праздничных блюд был меньше, а радости они почему-то приносили больше. Сегодня, когда в новогоднюю ночь на каждом телевизионном канале имеется свое шоу (правда, артисты везде одни и те же), люди тратят больше времени на переключение между программами в поисках лучшего концерта, а в итоге толком не могут посмотреть ни одну передачу, оставаясь к концу праздника с ощущением разочарования. Теперь старые якоря перестают быть такими селективными, как раньше, и не выполняют своих функций, а

для создания новых якорей нужны время, желание и знания по работе с ними. Главная задача при этом, на мой взгляд, сводится к тому, чтобы научиться входить в соответствующие ресурсные состояния без внешних атрибутов, по собственному желанию. А этому противоречит та тенденция, которая наблюдается в современном обществе потребителей. Коротко ее можно выразить так: мы практически перестали покупать вещи, основываясь только на их функциональности и практической полезности. Все чаще мы хотим с помощью обладания тем или иным имуществом удовлетворить свои ценности. Конечно, все знают, что, имея предметы и совершая с их помощью определенные действия, мы переходим с уровня Окружения на уровень Поведения, затем на уровень Способностей и, наконец, на уровень Ценностей. Только в идеале это происходит последовательно, а в реальной жизни люди часто смешивают логические уровни и пытаются сразу с помощью конкретной вещи ""купить"" Ценность: за счет новых кроссовок, например, - Здоровье и физическую Красоту, за счет нового мобильного телефона - Эксклюзивность и Общение, в новых часах некоторые ищут Индивидуальность, в новой машине - Респектабельность и Успешность. В данном ключе можно сказать, что еще одна сторона тусклых эмоций современной жизни связана с переносом ответственности за переживания с самого человека на окружающие его предметы. Люди попадают в рабство уровня Окружения - не вещи служат нам, а мы вещам. Человек меняет смысл своей жизни, забывая о духовных ценностях и саморазвитии, на служение предметному миру. Вопрос заключается не в том, что вещи - это плохо, а в том, сколько вещей нам нужно, чтобы начать чувствовать себя эмоционально богатым человеком. Многим людям кажется, что богатство - это когда ты можешь купить все, что тебе нужно. Самое сложное, конечно, кроется в том, как понять, что на самом деле тебе нужно, а что навязывается обществом потребителей в качестве необходимых составляющих ""счастливой жизни"". Для многих современных людей благосостояние ассоциируется с обладанием дорогим имуществом: чем ты богаче, тем более дорогими предметами быта ты должен себя окружить. Только мало кто задумывается, что дорогие вещи - это пассивы, то есть вложения, уменьшающие капитал и мешающие его увеличивать. К слову сказать, активы - это вложения, повышающие со временем свою

стоимость и увеличивающие ваш реальный капитал. Такова разница, например, между автомобилем и недвижимостью. Как следствие, на определенном этапе степень ощущения счастья перестает зависеть от количества предметов, являющихся собственностью человека. Скорее начинает действовать обратная закономерность: чем больше вещей у человека появляется, тем быстрее они перестают дарить глубокие переживания, и возникает потребность в постоянном пополнении этих запасов. В какой-то момент времени подобная ситуация напоминает зависимость (как наркомания), только во много раз социально более приемлемую, хотя деньги у человека при таком образе жизни также быстро истощаются. А это, естественно, мешает людям создавать собственное благосостояние. В частности, американские исследования людей, внезапно разбогатевших в результате крупного выигрыша в лотерею, показали, что даже самые большие деньги были истрачены до последнего цента этими ""миллионерами"" за период не более чем семь лет. Через это время, или даже раньше, большинство из них возвращались к прежнему образу жизни.

Другие исследования показывают, что известные миллионеры, самостоятельно создавшие собственный капитал и сумевшие его сохранить, при этом обладая огромными деньгами, избегали пустых трат и показной роскоши. Они продолжали жить в недорогих районах и в недорогих домах, экономя при этом каждый доллар. Здесь я хочу особо остановиться на том, что возможность создавать устойчивый капитал часто определяется не тем, сколько зарабатывает человек, а тем, как именно он умеет экономить и копить деньги. Это можно пояснить на примере старой школьной задачи про две трубы и бассейн, где в качестве вывода говорится, что вода в бассейне будет набираться только в том случае, если диаметр выходной трубы (по которой вытекают ваши денежки:) будет значительно меньше, чем диаметр входной трубы (той, по которой денежки поступают). И как показывает практика, в этом кроется основная загвоздка в накоплении капитала: обычно размер выходной трубы очень быстро подстраивается под размер входной. Этим объясняется существование на свете множества людей, испытывающих постоянный дефицит в деньгах при условии, что они имеют высокий доход. Просто те траты, которые они совершают, полностью опустошают ""бассейн"" их благосостояния. Такие люди чаще всего не воспринимают свои

расходы как непомерные траты, а скорее видят их как соответствующие их доходам, статусу, положению в обществе и пр. Они даже не замечают, как и куда утекают их денежки, - им кажется, что они лишь удовлетворяют самые необходимые потребности. Поэтому, порой, различие между более обеспеченными и менее обеспеченными людьми заключается только в диаметрах труб, по которым перемещаются их денежные потоки: и те, и другие несут неизмеримые расходы на содержание семьи, жилья, личного транспорта, отдыха, развлечения и т.д. И не последнюю роль в этом играет рынок, предлагающий для каждой социальной и финансовой прослойки свои способы удовлетворения ""необходимых потребностей"": кому-то Запорожец, кому-то ВАЗ, кому-то Шкоду, кому-то Тойоту, кому-то Мерседес... Согласитесь, в такой ситуации очень трудно выйти из петли постоянного покрытия собственных расходов и начать приращивать свой капитал. Реклама, стереотипы, предубеждения, слабое представление о своих потребностях и дезинтеграция логических уровней прочно удерживают людей в рамках ""бедности"".

Всегда ли мы отдаем себе отчет, покупая, например, новый мобильник, в том, что у нас есть острое желание купить самый ""навороченный"" телефон за доступные для нас деньги и что половиной тех новых функций, которые и составляют большую часть его цены, мы не разу и не воспользуемся? Подобное происходит при покупке нового компьютера, телевизора и других вещей. Многие пытаются оправдывать такие расходы попытками думать о будущих потребностях: ""А вдруг в будущем эти функции мне смогут пригодиться?"" Чаще всего за этим скрывается слабое представление о действительных потребностях и слепое следование за рекламой. Посмотрите на вещи, которые вас окружают (если, конечно, вы читаете эту статью дома). Вспомните, сколько денег вы в них вложили... Вы уверены, что расходы на них на самом деле окупились? Оказалась ли отдача от них (финансовая, материальная, функциональная, эмоциональная) больше, чем заплаченные деньги? Увеличивают ли эти вещи ваши активы (материальные и моральные), или данные покупки - безвозвратная потеря денег? Могли бы вы купить вместо этих вещей другие, которые выполняли бы для вас те же функции, но стоили бы дешевле или служили дольше? С развития

подобной наблюдательности, возможно, и начнется ваш личный путь к построению благосостояния.

В качестве иллюстрации к этой мысли я приведу еще один мой любимый анекдот.

В большой американский супермаркет приходит молодой ковбой, впервые приехавший в крупный город со среднего Запада. Больше часа он осматривал все полки в магазине, изучал разные товары и, наконец, подойдя к продащице, говорит: ""Впервые в жизни вижу в одном месте столько вещей, которые мне не нужны"".

Лично я полностью согласен с утверждением, что счастье заключается в умении получать значительное удовольствие от незначительных вещей или в умении удовлетворять большинство своих потребностей наименьшим количеством товаров и услуг. В науке о построении благосостояния этот подход называется принципом бережливости, который призывает нас извлекать максимум пользы из имеющихся у нас вещей, оберегая тем самым нас от лишних трат и помогая сохранить капитал. Это касается как материальной пользы, так и духовной, и эмоциональной. И снова те же исследования известных американских миллионеров гласят, что многие из них только потому смогли заработать и сохранить свои миллионы, что умели получать истинное удовольствие от простых ""вещей"": прогулки в лесу, общения с внуками, встречи с друзьями, ухаживания за собственным садом и т.д. При этом они ни не были скрягами, лишаящими себя всех жизненных благ, - они просто наслаждались тем, что у них есть, не позволяя необузданному чувству потребления растратить все деньги. Задумайтесь: если купленная вещь очень быстро перестала приносить вам удовольствие и удовлетворение, значит, вы скорее всего зря ее купили или не используете всех ее возможностей. А если вы поймали себя на желании купить новую модель чего-либо в замен старой? Попробуйте оценить эффективность будущей покупки. Оправданы ли предстоящие вложения? Получите ли вы на самом деле то, чего ожидаете? Ваше желание купить этот товар (услугу) продиктовано практической необходимостью, долгосрочным удовлетворением

какой-либо ценности или сиюминутным порывом, неумением сохранять свои деньги, вторичной выгодой (например, самопризнание себя, как человека успешного через дорогие подарки себе самому)? Сделает ли вас новая покупка более счастливым? Не является ли данное желание симптомом для работы над своим отношением к деньгам? Может быть, пора пересмотреть пару-тройку старых убеждений, более точно определить критерии своего успеха и счастья? Что случится, если вы не приобретете эту вещь? Куда еще вы могли бы вложить эти деньги? Возможно, они послужат началом нового накопления для приобретения долгосрочных активов? Надеюсь, эти и подобные вопросы помогут вам вовремя остановиться и принять обдуманное (Ад) и прочувствованное (ВАК) решение. Хотя построение собственного благосостояния выходит далеко за рамки бережливости и зависит от многих других навыков. Мне кажется, для большинства из нас это один из первостепенных аспектов. Самые лучшие покупки - те, которые служат нам верой и правдой годами, принося радость, и при этом их эмоциональный фон не только не тускнеет с возрастом, а становится более насыщенным и ярким, как те самые елочные игрушки из нашего детства...