

Štěstí, aneb když člověk koupí neprohloupí

Vojtěch Juřík

Psychologický ústav FFMU, Brno
info@psychologon.cz

Jde si koupit štěstí? Pokud ano, kde a za kolik? Na tyto otázky pomáhá odpovědět Michael Norton z harvardské Business School.

ÚVOD

Každé malé dítě v naší zemi ví, že štěstí si za peníze nekoupíme. To je jistě zásluha láskyplných rodičů, kteří to se svými ratolestmi myslí nesobecky dobře. Jak by také ne, když se v nich snaží vypěstovat trvalé a poctivé hodnoty. Je tomu ale opravdu tak, že štěstí si nemůžeme za peníze koupit? Nebo je to jen otázka toho, jak je utrácíme? Nemálo příkladů šťastných výherců loterie a jiných lidí, kteří přišli nečekaně k penězům, nám napovídá, že ať už peníze přinášejí cokoliv, štěstí to rozhodně není. Ba naopak, mnohdy zavedou zčistajasna nabyté peníze člověka do mnohem větších problémů, než v jakých se doposud nacházel. V poslední době se ale z řad učenců věhlasných univerzit ozývají naprosto odlišné názory, tedy ano, z plna hrdla dmou: „Za peníze si můžeme koupit štěstí!“

KLÍČEM KE ŠTĚSTÍ JE VĚDĚT, ZA CO PENÍZE UTRATIT

Richard Müller, zpěvák prozpěvující o štěstí, by se z tohoto nově objeveného vztahu mezi penězi a štěstím jistě zaradoval. Musel by se ale dozvědět, v čem celá věc spočívá. Harvardský profesor Michael Norton je jedním z nejsilnějších hlasů, který například i na populárně-vědeckém serveru TED.com prezentuje jednoduchý recept, jak utratit peníze a cítit se po tom šťastnější. Když hovoří o svých výzkumech, jasně vykresluje vztah mezi způsobem, jak nakládáme s penězi a mírou našeho štěstí. Musíme ale vědět, jak a za co peníze utratit.

Michael Norton je docentem Business Administration in the Marketing Unit and Marwin Bower Fellow na harvardské univerzitě. Je držitelem doktorátu z psychologie na Princetonu a působil na Sloan School of Management. Jeho výzkumy již byly otištěny v celé řadě časopisů jako je Science, Journal of Personality and Social Psychology, ale také v Economist, Wall Street Journal a Washington Post.

Podle Nortona problém spočívá v tom, že po získání určité sumy peněz s ní obvykle nenaložíme pro-sociálně, nýbrž utratíme celou sumu sami za sebe. Tím se ale ochuzujeme o zajímavý řetězec interakcí a sociálních vazeb, které by případná investice do někoho dalšího mohla přinést. Tento fakt ověřoval v experimentu, který byl uskutečněn mezi studenty na University of British Columbia ve Vancouveru. V jednoduchém experimentu zjišťovali nejdříve výzkumníci u respondentů míru štěstí a posléze jim předali obálku, ve které byly peníze a instrukce, jak s penězi naložit, tedy buď si za sumu pěti (popř. dvaceti) dolarů koupit něco pro sebe, anebo použít peníze pro někoho jiného. Když lidé peníze utratili, ověřili výzkumníci, jak se změnil pocit štěstí u respondentů. Došli k závěru, že u lidí, kteří utratili vše za sebe, se nic nezměnilo, zatímco u lidí z druhé skupiny, bez ohledu na výši utracené sumy, došlo k nárůstu pocitu štěstí. Ať už respondenti z druhé skupiny koupili pro své blízké kávu, dárek nebo peníze darovali, měli z toho dobrý pocit a cítili se šťastnější. Pravdou je, že proměnnou výši částky a její vztah k pocitu štěstí Norton nekomentoval. Aby výzkumníci dostáli metodologickému závazku, tedy aby ověřili, že podobné souvislosti platí i mimo USA, byl výzkum obdobně proveden také v Ugandě, kde vědci došli ke stejným výsledkům jako mezi studenty ve Vancouveru. Ano, i zde platilo, že lidé, kteří utratili peníze za druhé, byli šťastnější. Můžeme se ptát na to, zdali bychom se podobných výsledků dopátrali i v případě, že by byly obětovány naše vlastní, nikoliv darované peníze. Tyto souvislosti ale Norton nezmiňuje.

Jako pomyslnou třešničku na dortu Norton uvádí celosvětově provedený průzkum, který jasně ukazuje vztah mezi štěstím a darováním peněz na charitu (The World Giving Index, 2010).

ZVESELA DO FIREM!

Popisovaný princip byl v Nortonově výzkumu aplikován také na pracovní týmy prodejců léčiv v Belgii. Při podobném designu experimentu, jaký byl zmíněn výše, se potvrdilo, že členové, kteří investovali poskytnuté peníze do svých kolegů, získali na rozdíl od druhé skupiny pro-sociální zkušenosti, jež tým lépe spojily a zvýšily jeho produktivitu. Podobné aplikace Nortonova poznatku tedy mohou mít reálný ekonomický přínos pro lepší fungování pracovních kolektivů a zvýšení produktivity zaměstnanců, což je informace pro mnohé manažery více než vítaná.

Ačkoliv nelze považovat výsledky jediného výzkumu za zcela směrodatné v této oblasti, faktem je, že člověk dnešní doby hledá štěstí, chce se cítit dobře a snaží se o to všemožně zasadit. Je na místě zmínit naše marné plahočení za sisyfovským bliss pointem, který ale vzhledem k jeho nedosažitelné povaze jen stěží dohoníme. Easterlinův paradox štěstí hovoří jasně. Můžeme na to ale s naším štěstím jít od lesa a inspirovat se například v knize *Happy Money: The Science of Smarter Spending*, kterou pro nás Michael Norton ve spolupráci s Elizabeth Dunn připravují na jaro příštího roku.

Zdroje

1. **Norton, Michael. (2011).** *How to buy happiness [videozáznam online]. TEDxCambridge, ©2011 [cit. 2012-10-03]. Dostupné z: http://www.ted.com/talks/lang/en/michael_norton_how_to_buy_happiness.html.*
2. **CAF (2010).** *The World Giving Index, © Charities Aid Foundation 2010 [cit. 2012-11-14]. Dostupné z: <http://www.cafamerica.org/dnn/Portals/0/Press%20Releases/World%20Giving%20Index%20Final%20Report.pdf>.*
3. **Money can indeed buy happiness, study finds; people who give money to others are happier. (2008, Mar 21).** *The Times - Transcript. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/422951964?accountid=16531>.*

Citace článku:

Juřík, V. (2012). Štěstí, aneb když člověk koupí neprohloupí. *PsychoLogOn* [online]. 1 (1), s.9-10. [cit. vložit datum citování]. Dostupný z WWW: <<http://psychologon.cz/data/pdf/18-18-stesti-aneb-kdyz-si-clovek-koupi-neprohloupi.pdf>>. ISSN 1805-7160.